



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE LA CALIDAD Y SERVICIO AL CLIENTE

RUBRO FERRETERÍA: CASO INVERSIONES RAMOS

OBREGÓN E.I.R.L. –SATIPO, 2021

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

URRUTIA SOCUALAYA VALERIA MAEVA

ORCID: 0000-0001-7308-2949

ASESORA:

Mgtr. ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000-0001-9618-6177

AYACUCHO – PERÚ

2023

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA:

Urrutia Socualaya, Valeria Maeva

ORCID: 0000-0001-7308-2949

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Ayacucho, Perú.

ASESORA:

Mgtr. Estrada Diaz Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias e Ingeniería,
Escuela Profesional de Administración, Chimbote, Perú.

JURADO

Mgtr. Canchari Quispe, Alicia

ORCID: 0000 0001 6176 191X

Mgtr. Rosillo de Purizaca, Maria del Carmen

ORCID: 0000 0003 2177 5676

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mgtr. Canchari Quispe, Alicia

ORCID: 0000 0001 6176 191X

Presidente

Mgtr. Rosillo de Purizaca, Maria del Carmen

ORCID: 0000 0003 2177 5676

Miembro

Mgtr. Limo Vásquez Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Miembro

Mgtr. Estrada Diaz Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Asesor

DEDICATORIA

En primer lugar a Dios todo poderoso,
por haberme bendecido y guiado para
llegar hasta donde he llegado, por hacer
realidad mi sueño anhelado e iluminar
mi camino.

A mis padres, hermanos y al amor de mi
vida por su gran apoyo incondicional,
por fortalecerme con su confianza
estando siempre conmigo en todo
momento.

Agradezco a mis docentes por brindarme su
apoyo, conocimientos, experiencias y
orientaciones para mi formación profesional,
asimismo a mis amigos y familiares por el
apoyo incondicional que me han brindado.

AGRADECIMIENTO

En primero agradecer a Dios, a mis asesores de taller de investigación y a los docentes de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, por su asesoría y orientación de quienes aprendimos su instrucción y lecciones en el transcurso de nuestra carrera.

Agradezco a quienes contribuyeron en el progreso de este estudio, con sugerencias y aportes profesionales, asimismo, un agradecimiento especial para mi familia que moralmente me apoyen día a día.

Y a todos los que de una u otra manera colaboraron para conseguir el éxito de mi carrera, infinitas gracias por su respaldo.

ÍNDICE DE CONTENIDO

1. CARÁTULA.....	i
2. EQUIPO DE TRABAJO	ii
3. JURADO EVALUADOR Y ASESOR.....	iii
4. HOJA DE AGRADECIMIENTO Y DEDICATORIA.....	iv
5. ÍNDICE DE CONTENIDO	vi
6. ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS	vii
7. RESUMEN Y ABSTRACT.....	ix
I INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	5
2.1. Antecedentes	5
2.2. Bases Teóricas de la Investigación	18
III HIPÓTESIS	27
IV. METODOLOGÍA.....	28
4.1. Diseño de la Investigación	28
4.2. Población y Muestra.....	29
4.3. Definición y operacionalización de las variables e indicadores.....	32
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	34
4.5. Plan de Análisis.....	34
4.6. Matriz de Consistencia.....	35
4.7. Principios Éticos	36
V RESULTADOS	38
5.1 Resultados	38
5.2. Análisis de Resultados	48
VI. CONCLUSIONES	53
VII. RECOMENDACIONES	56
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	58
ANEXO.....	64

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Valores para las correlaciones según coeficiente de Rho de Pearson	38
Tabla 2: Cruce de Correlación	39
Tabla 3:(Gestión de la Calidad – Servicio al Cliente).....	40
Tabla 4: Correlación (Proceso – Servicio al Cliente).....	42
Tabla 5: Correlación (Reglas – Servicio al Cliente)	43
Tabla 6: Correlación (organización – gestión de la calidad).....	45
Tabla 7: Correlación (Satisfacción – Gestión de la calidad)	46

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1:(Gestión de la Calidad – Servicio al Cliente) “SPSS”	77
Figura 2:(Proceso – Servicio al Cliente) “SPSS”	77
Figura 3:(Reglas – Servicio al Cliente) “SPSS”	78
Figura 4:(Organización – Gestión de la Calidad) “SPSS”	78
Figura 5:(Satisfacción– Gestión de la Calidad) “SPSS”	79

RESUMEN

La presente investigación: Gestión de la calidad y servicio al cliente en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021. Tuvo como objetivo general: Determinar de qué manera la Gestión de la Calidad influye con el Servicio al Cliente en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021 La metodología fue de diseño de investigación no experimental- de corte transversal- correlacional. Para la recolección de datos se utilizó una población de 220 clientes frecuentes y una muestra de 122 clientes que estuvieron disponibles en el tiempo que se ejecutó el instrumento de recolección de datos. A quienes se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas en escala Likert a través de la técnica de la encuesta obtenido los siguientes resultados: Para medir el grado de correlación utilizamos el programa SPSS V.25 mediante el cual se obtuvo los siguientes resultados con el coeficiente r Pearson $r=0,870$ el cual cuantifica la influencia entre las variables indicando que ambas variables influyen de manera positiva perfecta con una significancia bilateral de $p = ,000$ siendo $p < 0,05$. Se concluye que hay una correlación positiva perfecta con una intensidad sustancial entre ambas variables, por lo que la Gestión de la Calidad se identifica como una herramienta de gestión en sus procesos interconectados con el fin de satisfacer las necesidades por otro lado con respecto al servicio al cliente se pudo encontrar que existe una buena atención por que brinda asesoramiento a los clientes.

Palabras Clave: Calidad, Cliente, Gestión, Servicio.

ABSTRACT

The present investigation: Quality management and customer service in the hardware sector: Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo, 2021. Its general objective was: To determine how Quality Management Influences Customer Service in the hardware industry: Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo, 2021 The methodology was a non-experimental, cross-sectional, correlational research design. For data collection, a population of 220 frequent customers and a sample of 122 customers who were available at the time the data collection instrument was executed were used. To whom a questionnaire of 20 questions on the Likert scale was applied through the survey technique, the following results were obtained: To measure the degree of correlation we used the SPSS V.25 program through which the following results were obtained with the coefficient r Pearson $r=0.870$, which quantifies the influence between the variables, indicating that both variables have a perfect positive influence with a bilateral significance of $p = .000$, where $p < 0.05$. It is concluded that there is a perfect positive correlation with a substantial intensity between both variables, which is why Quality Management is identified as a management tool in its interconnected processes in order to satisfy the needs on the other hand with respect to customer service. client it was possible to find that there is good service because it provides advice to clients.

Keywords: Quality, Customer, Management, Service.

I INTRODUCCIÓN

En la actualidad la Gestión de la Calidad y Servicio al Cliente contiene una parte muy importante para lograr una mejora de procesos sistematicos garantizando la estabilidad en el desempeño laboral asimismo sirve para mejorar el servicio de atención al cliente implementando estrategias para mejorar la calidad de atención obteniendo resultados satisfactorios.

En Guatemala el crecimiento de toda organización va reflejado en la calidad de servicio que se brinda a los clientes contando con administradores y mismos propietarios que convinan y disponen de factores para mantener un buen clima de confianza laboral y seguridad para las operaciones para evaluar todas las acciones amenazantes en la ferretería esto se constituye como un punto a favor que marca la diferencia para identificar a dichas empresas que venden productos iguales a precios elevados obteniendo un porcentaje de 82% de clientes que consideran que la calidad de servicio al momento de adquirir la compra debe ser medida por la manera en como se desenvuelve un trabajador.

En Colombia la ferretería Ucatama es dedicada a las ventas y a la distribución de materiales de buena calidad ofertando insumos a precios precisos de lo cual se ha caracterizado los quince años de presencia en la comercialización. La ferretería brinda asesoramiento al momento de la compra y venta de sus materiales elegidos para definir un excelente material idóneo los clientes mas frecuentes que cuenta la ferretería están establecidos por maestros de obra y propietarios de obras .Todos los empleados de la ferretería de Ucatama conocen la importancia de brindar un buen servicio radicando la fidelización, su principal objetivo es seguir contando y teniendo clientes satisfechos que causan un efecto positivo hacia las ventas en la ferretería. León (2022)

En Huacho existen muchas empresas en el rubro de la ferretería y se puede ver que la competencia tiene un papel muy importante en las cuales se definen factores rentables y duraderos para las empresas ferreteras, entendiendo lo anterior hemos decidido enfocarnos en el Centro Comercial Atahualpa a solicitud de uno de los propietarios para confirmar dichas debilidades en la Gestión de Calidad del Servicio y la Satisfacción de los consumidores de una manera profunda y perfecta. Dicha realidad es notorio cuando un consumidor para a adquirir una compra en ese lugar de lo cual el 3,57% de los propietarios respondieron que no hay una planificación con la Gestión de Calidad del Servicio y la Satisfacción. Ramirez (2020)

En Satipo se manifestó que, Al iniciar cualquier sociedad comercial en la provincia, en el rubro ferretero, puede ser crucial en términos de captación de más clientes porque tiene como principales objetivos la atención al cliente y la calidad de los productos presentados. Para el estudio se utilizaron 15 negocios del sector de ferretería legalmente reconocidos. De estos, el 66,7% gestionaba sus negocios con el objetivo de satisfacer a los clientes, mientras que el 73,3% utilizaba herramientas de gestión de la calidad. Sin embargo, a pesar de su voluntad de hacer crecer sus negocios, en gran medida estaban sin saber cómo establecer una estructura de gestión de la calidad que satisfaga las necesidades de los clientes. Chanca (2018)

En la investigación el rubro ferreteria: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. – Satipo, 2021, por el cual surge una problemática con las variables de Gestión de la Calidad y el Servicio al Cliente que es: ¿De qué manera la Gestión de la Calidad influye con el Servicio al Cliente en el rubro ferreteria: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. – Satipo, 2021? Y sus problemas específicos son:

¿De qué manera el proceso influye con el Servicio al Cliente en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021?.¿De qué manera las reglas influyen con el Servicio al Cliente en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021.?.¿De qué manera la organización influye con la Gestión de la Calidad en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021?.¿De qué manera la satisfacción influye con la Gestión de la Calidad en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. – Satipo,2021?

Esta investigación tuvo como objetivo general: Determinar de qué manera la Gestión de la Calidad influye con el Servicio al Cliente en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021 y sus objetivos específicos son:

Determinar la influencia entre el proceso y el Servicio al Cliente en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021 Identificar la influencia entre las reglas y el Servicio al Cliente en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L.–Satipo, 2021.Describir la influencia entre la organización y la Gestión de la Calidad en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021.Definir la influencia entre la satisfacción y la Gestión de la Calidad en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. – Satipo,2021.

La investigación tuvo como justificación práctica porque se obtuvo resultados que nos ayudó a plantear una mejor Gestión de la calidad y Servicio al cliente obteniendo métodos importantes para tener estrategias que ayudaron en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021en su rentabilidad y sostenibilidad.Y como justificación metodológica porque se determinó en qué medida

la Gestión de la Calidad influye con el Servicio al Cliente con la finalidad de elaborar un proceso de planeamiento para una futura investigación basados en la gestión de la calidad y servicio al cliente.

La investigación fue de tipo cuantitativo, de nivel correlacional, de diseño no experimental – transversal. Para el recojo de información se utilizò una población de 220 clientes que frecuentan a la ferreteria y una muestra de 122 clientes que estuvieron disponibles en el tiempo que se ejecutò el instrumento de recolección de datos. A quienes se les aplicò el intrumento cuestionario elaborado con 20 preguntas en escala Likert a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: Los resultados encontrados en las variables: Gestión de la Calidad y Servico al Cliente afirma que el coeficiente hallado en la tabla es de $r=0,870$ el cual cuantifica la relación entre las variables

Se concluye que en el rubro ferreteria: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. – Satipo, 2021 se obtuvo una correlación positiva perfecta, por lo que la Gestión de calidad se identifica como una herramienta de gestión teniendo en cuenta un buen control interno para obtener buenos procesos administrativos con el fin de satisfacer las necesidades de sus clientes.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Antecedentes Internacionales

Variable 1: Gestión de la Calidad

Según *Yacupoma (2017)* en su tesis *La gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías de huarmey; caso: ferretería santa maría s.a.c, año 2016*. Tuvo como objetivo general: determinar las características de la Gestión de calidad en atención al cliente en micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías de Huarmey; caso: ferretería Santa María S.A.C, año 2016. La investigación fue de diseño no experimental-transversal-descriptivo, se utilizò una población de 13 MYPES y una muestra dirigida de 8. Se aplicò un cuestionario de 15 preguntas a través de la técnica de la encuesta. Obteniendo como resultados: el 50 % de los representantes tienen entre 33 a 45 años. El 62,5 % son masculinos. El 100 % de Las MYPES son formales. El 100 % aplican una gestión de calidad para atención a los clientes. El 62,5 % de las MYPES han aplicado técnicas modernas para la mejora de la gestión de calidad. El 100 % brindan una atención de buena calidad a los clientes. Concluye que se tiene en la edad como resultado el 50 % de los representantes de las ferreterías en la provincia de Huarmey tienen como edad entre los 33 a 45 años, las Micro y pequeñas empresas están siendo dirigidos por personas que abarcan entre los 31 a 50 años de edad en promedio capaces de liderar, lograr metas, objetivos y evitar los fracasos y quiebres por la experiencia en el mercado.

Según *Borja (2018)* en su tesis: “*Propuesta de un modelo de gestión en calidad de servicio, basado en la norma internacional iso 9001: 2008, en empresas de comercialización de productos de consumo masivo, caso: almacenes la rebaja*”, Tuvo como objetivo general definir un modelo de gestión en calidad de servicio basado en la norma ISO 9001: 2008 para Almacenes la Rebaja; cuenta con una población general de los trabajadores de la empresa donde se utilizó los instrumentos como las entrevistas, encuestas y la observación, en la presente investigación se aplicó una metodología tipo cuantitativa y de tipo correlacional de diseño no experimental, En el estudio de investigación se utilizó la técnica de la entrevista y recolección de llegando a la conclusión de que se ha determinado que las oportunidades de la empresa, que dependen de su entorno externo, son: mayor capacidad de los clientes de adquisición de productos de primera necesidad por mejoramiento de la economía; incremento en el mercado por menores niveles de desempleo; y, tamaño cada vez menor de la oferta, debido al cierre de pequeños negocios en favor de almacenes de mayor tamaño. Además de que se estima que la aplicación de los procesos propuestos permitirá un mejoramiento de la imagen de la empresa y un incremento de las ventas gradual, gracias a un proceso de fidelización de la clientela.

Variable 2: Servicio al Cliente

Según *Ortiz (2019)* en su tesis: “*El servicio al cliente en las ferreterías ubicadas en el perímetro de la terminal zona 4 de Guatemala*” :Tuvo como objetivo general, brindar apoyo a través de un conjunto de herramientas administrativas, que contienen lineamientos que guiarán a todo el personal

ferretero a desempeñar de manera más eficiente cada una de sus actividades orientadas a brindar un servicio que marque la diferencia. En la metodología de investigación es de tipo descriptivo, no experimental, transversal para propiciar la participación de cada persona, trabajando en temas concretos que impactan el servicio de la empresa y desarrollando planes de acción que permitan a los propietarios o administradores, tomar decisiones proactivas. La técnica de instrumento que se utilizó para la recolección de datos fue la encuesta. La muestra constituye el análisis de la situación actual del servicio al cliente en las empresas ferreteras. Se concluye que se comprueba la primera hipótesis objeto de análisis en ésta investigación donde se demuestra que empleados de las empresas ferreteras no reflejan una actitud positiva en la atención a los clientes, debido a la falta de motivación por parte del propietario o personas encargadas de contratarlos, inexistencia de planes de recompensas o reconocimientos, situación que origina un comportamiento negativo entre compañeros de trabajo (cliente interno) y desgano y apatía al atender a los consumidores.

Según Alaniz (2016) en su tesis *Estrategias de servicio al cliente en la ferretería franklin en la ciudad de estelí en el año 2016*: Tuvo como objetivo general determinar la efectividad de las estrategias de Ferretería Franklin en la atención de sus clientes en el año 2016, con el fin de mejorar los niveles de satisfacción en los clientes utilizando al marketing como herramienta de influencia en las ventas en la ferretería. Así mismo se propondrá estrategias que mejoren los servicios en la atención a sus clientes. El enfoque de la metodología de la investigación es cuantitativo. Para ello, fue necesario aplicar métodos empíricos, con los que se recolectó información a través de instrumentos tales

como: entrevista y encuestas para brindar veracidad al documento, también se hizo uso del método teórico porque se verificó el comportamiento real del fenómeno, con las fuentes bibliográficas. En la ferretería son muchos los productos que se ofrecen, por tanto existen hombres y mujeres que visitan el local para realizar sus compras, obteniendo las siguientes muestras (43.6% visitan una vez al mes., 35.3% dos o tres veces al mes, 11.5% una o más veces a la semana, 9.6% menos de una vez al mes) A través de los resultados obtenidos mediante los instrumentos aplicados se llegó a la conclusión de que la publicidad es importante no solo para ser conocidos sino reconocidos dentro del mercado esta misma debe ir de la mano con las necesidades que presenta los clientes potenciales para lograr lo mismo deben de realizar un análisis de mercado y así realizar las estrategias que permitan el mejor funcionamiento de la empresa, asimismo solucionar las debilidades que afectan a la misma

Antecedentes Nacionales

Variable 1 Gestión de la Calidad

Según Silva (2020) en su tesis “Gestión De Calidad Y Marketing En Las Mype Rubro Ferreterías En El Distrito De Morropón– Piura, Año 2020 :Tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y marketing en las MYPE rubro ferreterías en el distrito de Morropón – Piura, año 2020. Se empleó la metodología de tipo cuantitativa y de nivel descriptivo con diseño no experimental, de corte transversal. Las MYPE objeto de investigación fueron 05 ferreterías. La población fue infinita, para ambas variables: gestión de calidad y marketing; donde la muestra estuvo conformada por 167 clientes, se aplicó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario. Los resultados obtenidos para la dimensión ventajas de

la gestión de calidad resalta la mayor organización para brindar un servicio satisfactorio en un 77,8%; y un mejor rendimiento en las funciones de los trabajadores en un 76,6%. Los elementos trascendentales de la gestión de calidad reflejan un desempeño adecuado en los trabajadores en un 71,9%; y que las MYPE han mejorado sus servicios para satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes en un 70,7%. Los principios del marketing evidencian la satisfacción respecto a los productos que oferta la ferretería en un 76%; y contar con conocimiento de las necesidades de sus clientes en un 64,7%. Finalmente sobre las 4^{ps} del marketing se concluye que los productos que se ofertan en las ferreterías son de calidad en un 65,9%; y que las MYPE cuentan con diversas marcas respecto a los productos que se ofertan en un 62,9%.

Según *Taipe (2018)* en su tesis: *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector comercial, rubro ferreterías, distrito de Satipo, año 2017*: Tuvo como objetivo general: Investigar en las mypes del sector comercial, rubro ferreterías del distrito de Satipo, año 2017, el tipo de gestión que realizan y el interés en atención al cliente. La investigación se realizó para determinar la Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente en las mypes del Sector Comercial, rubro Ferreterías, distrito de Satipo, año 2017. La misma que se desarrolló bajo metodología de investigación del tipo descriptivo, no experimental, transversal. En el trabajo de campo, se aplicó un cuestionario estructurado de 16 preguntas, El instrumento que se utilizó para la recolección de datos fue el cuestionario estructurado contenido en encuesta. La muestra que se realizó según la prueba estadística que se aplicó obtuvieron 21 mypes, pero solo 19 brindaron facilidades para la realización de la encuesta. obteniéndose los siguientes resultados: Respecto al propietario: Edad, la mayoría son jóvenes porque están en el rango “de 29 a 39

años”, 47,4%; participan ambos sexos, femenino (63,2%) y masculino (36,8%); de formación académica, “universitario” (57,9%) y “técnico” (36,8%). Respecto a la empresa: el 100.0% de las mypes encuestadas están formalizadas y su principal interés ha sido el “acceso al crédito bancario”. El 52,6% de los negocios de ferreterías tienen poco tiempo en el mercado “de 1 a 3 años” y tienen de 1 a 4 trabajadores. Asimismo, 63,2% de las mypes tienen a sus trabajadores en planilla. Finalmente, el 100.0% de los encuestados tiene como objetivo la fidelización del cliente y los colaboradores tienen actitud de servicio en las ferreterías (89,5%)” Se concluye que Las mypes de ferretería son negocios cuya administración está enfocado en las ventas y han priorizado la atención en el cliente para agilizar la rotación de su mercadería. las estrategias e implementaciones que facilitan la atención al cliente, tienen impacto en el dinamismo operativo. Se ha involucrado al personal de la mypes para agilizar los procesos de compra.

Según *Mezones (2020)* en su tesis: *Gestión de calidad y atención al cliente en las mype rubro ferretería de frías, año 2020*: Tuvo como objetivo general determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES ferretería de Frías, año 2020. Su Metodología fue de nivel descriptivo, tipo cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal. Sus unidades económicas son 04 MYPES del rubro ferretería, la población finita es de 04 propietarios para gestión de calidad y para atención al cliente fue una población infinita con una muestra de 195 clientes. El instrumento que se utilizó fue la recaudación de datos, la encuesta y un cuestionario como instrumento de la investigación. En el resultado se determinó respecto a los componentes de la gestión de calidad que el 100% de los encuestados considera que las MYPES cuentan con los recursos necesarios para

operar el negocio. Así mismo a los beneficios de la gestión de calidad el 100% no conoce el comportamiento del público objetivo. Del mismo modo a los factores en la atención al cliente se determinó que el 100% de los encuestados considera que los vendedores de las MYPES si ejercen su trabajo con total profesionalismo. Por otro lado, a las estrategias de la atención al cliente se observa que el 100% de los encuestados considera que la atención brindada por las MYPES es la adecuada. Se concluye que la mayoría de los representantes de las Microempresas tienen una edad entre 30 y 45 años, son del género masculino, desempeñan el cargo de dueños, tienen grado de instrucción superior no universitaria y llevan desempeñando en el cargo entre 0 a 3 años. La minoría tiene entre 18 a 30 años de edad, son de género femenino, tienen educación básica, tienen el cargo de administrador y llevan un tiempo de 4 a 6 años en el cargo. Se podría decir que los representantes de tienen un cierto conocimiento y experiencia por el tiempo que llevan en sus empresas y es debido a que con el tiempo fueron obteniendo experiencia en otras labores.

Variable2: Servicio al Cliente

Según Navarro (2019) es su tesis *“Caracterización de la calidad de servicio y satisfacción al cliente en las mypes del sector comercio rubro ferreterías en el distrito de zarumilla, año 2019”* :Tuvo como objetivo general : Determinar las características de la Calidad de Servicio y Satisfacción al Cliente en las MYPES sector comercio, rubro Ferreterías, del distrito de Zarumilla, año 2019. Utilizando una metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental; aplicando la encuesta y cuestionario como instrumentos y técnicas de recolección de datos; con una población de 68 clientes de las 03 Mypes dedicadas al rubro de ferreterías; se concluyó que tanto el dueño como el personal no está comprometida

con ofrecer productos de calidad y que la empresa no evalúa sus indicadores de compra. Se concluye que la característica de calidad de servicio radica en que la empresa no utiliza medios tecnológicos para orientar correctamente al cliente, los principios de la gestión de calidad los clientes consideran que tanto el dueño como el personal no está comprometida con ofrecer productos de calidad y que la empresa no evalúa sus indicadores de compra.

Según Albornoz,(2018) en su tesis *“Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes en la ferretería en general multiventas “león” huánuco - 2018”* :Tuvo como objetivo general: Determinar la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente en la ferretería en general multiventas “león” en la provincia de Huánuco 2018. La investigación fue de tipo cuantitativo descriptivo correlacional, el método empleado fue: El método general científico aplicado. La muestra estuvo constituida por 56 clientes de la ferretería en general multiventas “león” en la provincia de Huánuco, Se concluyo que ambas variables se relacionan de manera considerable pero la calidad de atención y de los trabajadores no se refleja dado que todo esto depende de un buen servicio podemos tener una ventas progresivas con un buen porcentaje que mide la relación entre la Calidad de servicio y Satisfacción del cliente podemos concluir que ambas variables se relacionan de manera positiva fuerte, pudiendo de esta manera determinar que a través de la Calidad de servicio se relaciona significativamente y propicia con el nivel de ventas dado que todo depende de un buen servicio para tener ventas progresivas.

Antecedentes Locales

Variable 1 Gestión de la Calidad

Según Miguel (2020) en su tesis: “Gestión de calidad y satisfacción del cliente en las mypes del sector comercio rubro ferreterías: caso corporación ureta Satipo, 2020 :Tuvo como objetivo general: Determinar la relación entre la gestión de calidad y satisfacción del cliente en las Mypes del sector comercio rubro ferreterías: caso Corporación Ureta Satipo, 2020. La metodología para la investigación fue de tipo correlacional, su nivel fue cuantitativo y con un diseño no experimental corte transversal a través del cual se midió el alcance correlacional de las variables. Se trabajo con la población de clientes con el que se definió una muestra de 50 clientes, se utilizó la encuesta que se tradujo en un cuestionario de tipo Likert con el que se obtuvo los siguientes resultados respecto a la gestión de calidad un 92% algunas veces perciben confianza adecuada del servicio o producto ofrecido. De igual manera en la satisfacción del cliente un 92% de ellos afirmaron que casi siempre la empresa aplica acciones para mejorar la satisfacción de sus clientes. Concluyendo así con un coeficiente de $r=0,948$ representadas en un 89,87%. Que la Gestión de Calidad se relaciona de manera positiva perfecta con la Satisfacción del cliente en las Mypes del sector comercio rubro ferreterías: caso Corporación Ureta Satipo, 2020.

Según Salazar (2018) en su tesis: *Gestión de calidad bajo el enfoque de neuromarketing en las mypes del sector comercial, rubro panadería, distrito de Satipo, provincia de Satipo, año 2018*: Tuvo como objetivo general: determinar la gestión bajo el enfoque de neuromarketing en las

mypes del sector comercial, rubro panadería, distrito de Satipo, provincia de Satipo, año 2018. La metodología de investigación es del tipo cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental, transversal, descriptivo. Se realizó el instrumento Bajo la técnica de encuesta y el uso de un cuestionario compuesto por 19 preguntas se entrevistó a sus microempresarios. obteniendo como resultados que la mayoría (45,5%) están en el rango de edad de “31 a 40 años”; existe participación similar de ambos géneros y 72,7% tienen nivel de instrucción “estudios básicos”. Se concluye que en la microempresa: el 54,5% de las mypes se encuentran en el mercado del distrito de Satipo de “6 a más años”; emplean de “1 a 3” colaboradores, pero no tienen diseñada una estructura organizacional. Respecto a la gestión; el 72,7% no ha definido la misión, visión y valores de su empresa; no se gestionan bajo la filosofía de la mejora continua; carecen de plan de negocio y tampoco hacen uso de herramientas de gestión administrativa, lo que representa una gestión empírica. Sin embargo, los microempresarios manifiestan (90,9%) que la empresa satisface la necesidad del mercado.

Según *Denisse (2019)* en su tesis Menciona que: “*La gestión de calidad y enfoque del neuromarketing en las mypes del sector comercio, rubro ferretería: caso ferretería san pedro, Satipo, 2020*”: Tuvo como objetivo general: determinar la relación que existe entre la decisión de compra con las estrategias de marketing con redes sociales. La muestra estuvo conformada por 150 clientes online de Fan Pages en la ciudad de Chiclayo. La metodología fue de tipo correlacional, nivel cuantitativo y diseño no experimental correlacional. La población fue tomada por el total

de clientes recurrentes y como muestra se extrajo a 50 de ellos, se utilizó como técnica la encuesta y un cuestionario de tipo Likert como instrumento de recolección de datos. En los resultados encontramos sobre la variable gestión de calidad que el 66% de clientes afirma que la empresa algunas veces usa herramientas enfocadas a la mejora de la calidad de productos y servicios. Del mismo modo acerca del neuromarketing se encontró que el 78% de clientes afirma que la empresa casi siempre busca obtener mejores resultados a través de un buen plan de marketing con intención de fidelizar a sus clientes. Finalmente se concluye a través del coeficiente de relación $r=0,765$ el cual cuantificó la relación entre las variables gestión de calidad.

Según *Fasabi, (2020)* en su tesis: *Gestión de calidad y el enfoque del neuromarketing en la imprenta industria gráfica selva, pangoa, 2020*: Tuvo como objetivo general: Determinar la relación entre la gestión de calidad y el enfoque del neuromarketing en la Imprenta Industria Gráfica Selva, Pangoa; la metodología de investigación es correlacional, nivel cuantitativo, diseño no experimental; una muestra poblacional de 19 trabajadores, se aplicó la técnica de la encuesta y un cuestionario tipo Escala de Likert de 21 preguntas; obteniéndose los siguientes resultados: respecto a la gestión de calidad el 68,42% percibe que casi siempre en su organización utilizan las herramientas de impulso empresarial en sus procesos para satisfacer las necesidades de sus clientes y mejora de la empresa; con respecto al neuromarketing el 68,42% percibe que casi siempre en su organización establecen estrategias de posicionamiento en el mercado, utilizando la neurociencia para atraer al cliente y ser una empresa más competitiva; se

contrastó la hipótesis a un nivel de significancia 0,014 y un coeficiente $r=0,555$ de Pearson. Concluyendo que existe una relación positivamente con una intensidad sustancial, donde la Gestión de calidad manifiesta ser una de las herramientas de gestión en sus procesos para satisfacer las necesidades de sus clientes y el neuromarketing afirma ser la utilización de las neurociencias con el fin de atraer al cliente, fidelizarlo y con todo ello hacer de su empresa más competitiva.

Variable 2: Servicio al Cliente

Según *Torres (2018)* en su tesis: *Gestión de calidad y neuromarketing de las mypes, rubro ferretería, distrito de pangoa, provincia de Satipo, año 2018*": Tuvo como objetivo general: Determinar la Gestión de Calidad y el neuromarketing en las mypes del Sector Comercial, Rubro ferreterías, distrito de Pangoa, año 2018. Se desarrolló bajo la metodología de investigación del tipo descriptivo, no experimental, transversal, correlacional. El instrumento que se utilizó fue un cuestionario estructurado de 19 preguntas a través de la técnica de encuesta, Se obtuvo como muestra a 05 mypes del sector comercio, rubro ferretería, distrito de Pangoa. obteniéndose como resultados: Respecto al microempresario: Edad, destaca que la mayoría están en el rango de 41 a 50 años (60%); existe presencia de ambos géneros, masculino (80%) y femenino (20%); la mayoría tiene el nivel académico de técnicos" (80%). Respecto a la mypes: todas las mypes de la investigación tienen presencia en el mercado de "7 a más años" (100%), la cantidad de colaboradores es de "1 a 4" (100%), la cantidad de mypes encuestadas no tienen diseñada una estructura organizacional(100%).Respecto a la gestión: el 80% no ha definido la Misión,

Visión y valores de su empresa, el 60% no gestiona su negocio bajo una filosofía para una mejora continua y el 100% tampoco administra su mype usando herramientas de gestión administrativas al igual que no cuentan con un plan de negocios. Respecto al neuromarketing: El 100% de las mypes consideran que sí satisfacen las necesidades al mercado objetivo ya que al consumidor lo motiva a comprar por las necesidades que presenta, Sin embargo, el 80% no conoce los alcances de neuromarketing, tampoco han implementado ninguna estrategia de neuromarketing; el 100% le da mucha importancia al neuromarketing como elemento influenciador en el comportamiento de compra y cree que puede resultar beneficioso para su mypes. Concluyendo finalmente, el 100% considera que la principal barrera para que su empresa utilice el neuromarketing es el desconocimiento.

Según Villareal, (2020) en su tesis *Servicio al Cliente y el proceso administrativo de la micro y pequeña empresa inversiones grupo porras peru, pichanaqui 2020*: Tuvo como objetivo general: Determinar la relación de la gestión de calidad y los procesos administrativos de la micro y pequeña empresa inversiones grupo porras Perú, Pichanaqui 2020. La metodología fue de tipo correlacional, de nivel cuantitativo y un diseño no experimental no transversal. Su población de estudio estuvo compuesta por la aparente multitud de clientes con una muestra extraída de 70, la técnica fue la encuesta y el instrumento para el estudio fue un cuestionario estructurado de tipo Likert con el que se pudo concretar los siguientes resultados: Sobre la Gestión de calidad se apreció que algunas veces un 71,43% manifestó que casi siempre la empresa hace uso de herramientas de calidad para satisfacer los requerimientos de sus

clientes. En los Procesos administrativos se apreció que casi siempre un 50% manifestaron que la empresa hace uso de procedimientos administrativos para planificar, organizar, dirigir y controlar la empresa. Para concluir con un grado de significancia menor de 0.05 (5%) y el coeficiente de correlación el cual fue de $r=0,812$, se concluyó que ambas Variables se relacionan de manera positiva perfecta representadas en un-65,93%. Concluyendo que la Gestión de Calidad tuvo una relación positiva perfecta con el proceso administrative.”

2.2. Bases Teóricas de la Investigación

Gestión de la Calidad

Gestión

La Gestión es el acto de asumir y llevar a cabo la responsabilidad de un proceso, ya sea comercial o personal, incluye : preocuparse por contar con los recursos e infraestructura necesarios para que se lleve a cabo en el comercio. López (2019)

De igual manera la gestión es asumir y cumplir obligaciones sobre un sistema, este puede ser empresarial o privado, el cual incorpora: el problema para el abastecimiento de las fuentes y estructuras vitales para que se produzca en el comercio.

Calidad

La calidad es una decisión del cliente basada en la experiencia actual del cliente con los productos o servicios, comparada con sus necesidades, establecidos o no establecidos, conscientes o inconscientes, técnicamente operacionales o enteramente subjetivos, y siempre representando un blanco móvil en Naciones Unidas. Hoyer (2017)

De igual forma la calidad de un producto es la noción que el consumidor tiene de él, es una fijación mental del cliente que asume el cumplimiento del producto indicado

y su potencial para satisfacer sus necesidades del cliente para el beneficio de la organización.

La gestión de la calidad de las MYPE objeto de estudio está dada por la planificación, donde se descubrió que los propietarios cuentan con los recursos necesarios para el funcionamiento del negocio, seguido de los procesos, donde se descubrió que la empresa busca el bienestar de sus clientes. Mezones (2016)

De la misma manera en la misma nota, se señaló que el personal de las MYPE no brinda información, y se reconoció que dos de las MYPE sí cuentan con tarifas adecuadas.

Utilizamos la Gestión de Calidad y el Servicio al Cliente como una base muy importante para nuestro negocio porque la falta de gestión de la calidad y servicio al cliente es de vital importancia hoy en día en beneficio de toda empresa que desee establecer formas de estabilidad para su negocio.

Dado que la gestión de la calidad es la ideal carta de presentación para la comercialización eficaz de un producto o servicio, sirve para mejorar continuamente los procesos de calidad de una empresa mediante el uso de herramientas, procedimientos o metodologías para gestionar los procesos de calidad.

El término gestión de la calidad se refiere a un sistema que conecta un conjunto de variables importantes con la implementación de un conjunto de principios, prácticas y técnicas para mejorar la calidad. Torres (2019)

Así mismo la Gestión de la calidad es un dispositivo que permite a una institución trazar, ejecutar y controlar las labores importantes para un buen desarrollo de la misión, mediante la disponibilidad de servicios con excesivos estándares excepcionales, que se pueden medir a través de signos de satisfacción.

Dimensión 01: Proceso

El proceso es una colección de actividades planificadas exitosas que incluyen la participación de varias personas y recursos materiales coordinados para lograr una meta previamente identificada. Álvarez (2018)

De igual manera el proceso es importante ya que aclara las acciones mostrando una manera de lograr ejercer un servicio u producto.

Indicadores

- **Actividades**

Las actividades son los componentes que estructuran la rutina diaria del aula ; regulan cómo se asignan el tiempo y el espacio , cómo se agrupan los estudiantes, cómo los instructores y los estudiantes realizan sus funciones, e incluso cómo se mantiene el orden de los eventos. Resla (2020)

Asimismo, el término actividades se refiere a todas las tareas cotidianas que realiza cada persona, incluidas las relacionadas con el trabajo, la escuela, la recreación, la actividad física, etc.

- **Proceso**

Un proceso es una colección de acciones intencionales que involucran a un número de personas y recursos materiales coordinados para lograr una meta previamente identificada . Albert (2019)

Asimismo, un proceso es una colección de pasos creados en un orden particular que permite la producción de un resultado particular a partir de un insumo o materia prima específica

Dimensión 02: Reglas

La regla consiste en una violación se castiga moral o legalmente y que se compone de acciones formales con carácter social o legal . Ruiz (2018)

Asimismo, las reglas nos permiten saber lo bueno y malo dándonos a conocer el comportamiento adecuado para mejorar la convivencia y la organización en una entidad.

Indicadores

- **Normas**

Todas las acciones de un hombre se rigen por normas, y el sentido en que se rigen depende en gran medida del tipo de norma a que esté sujeta la persona . Hay muchos tipos diferentes de normas, y cada una de ellas se aplica a varios aspectos de la persona. UNIDEP (2020)

Asimismo, el propósito de las normas es mantener el orden en un área particular mediante el establecimiento de reglas que deben ser observadas por todos los ciudadanos.

- **Acciones**

Estos valores simbolizan fracciones en las que se divide la propiedad de una empresa. Sirven para transmitir y autenticar la calidad y los derechos de propiedad de una empresa. Fernandez (2020)

De igual manera una acción es cualquier cosa que hace una persona, animal o cosa, es decir, es una operación realizada por un agente, ya sea a propósito o no, que tiene como resultado un impacto.

. Variable 2: Servicio al Cliente

Servicio

Las acciones, trámites y ejecuciones que realizamos en nombre de nuestros clientes se conocen como servicios . Sin embargo, los servicios no se limitan a las empresas que operan de esta manera; de hecho, los servicios son un componente de los negocios que venden bienes. John (2018)

Así como un servicio es una colección de acciones que se completan para beneficiar a una persona, los servicios son tareas que se llevan a cabo con la asistencia de miembros del personal con el objetivo de garantizar la satisfacción del cliente y atraer nuevos clientes a la empresa en cuestión.

Cliente

Un cliente es alguien que recibe bienes o servicios. Generalmente, esto implica una transacción en la que el dinero cambia de manos. Hay dos tipos de clientes: internos y externos. Betancur (2018)

Asimismo, el comprador internose refiere al personal que recibe artículos u ofertas desde dentro de la misma organización. Puede entenderse como la persona que se sitúa dentro del siguiente paso del camino. El consumidor externo se refiere a las personas que pagan para adquirir un proveedor fuera del negocio.

De igual forma el servicio es el conjunto de actividades proporcionadas por un proveedor para garantizar que el cliente obtenga el producto en el momento adecuado y que se utilice correctamente . El servicio de atención al cliente es una herramienta de marketing muy eficaz. Vargas (2017)

Asi mismo el servicio se refiere a todos los movimientos que realiza cada trabajador de La organización ofreciendo buen trato al consumidor con el objetivo de

obtener buenos ingresos para la empresa teniendo en cuenta las ventajas de dicho servicio elevando la estabilidad de ventas para la empresa.

Dimencion 01: Organización

La organización debería ser vista como un conjunto de individuos interconectados que comparten pensamientos y se permiten trabajar hacia un objetivo común . Rodriguez (2019)

Asimismo, la organización de un organismo se compone de las relaciones que deben existir entre las funciones y actividades de sus componentes humanos y materiales para que funcione tan eficientemente como sea posible dentro de los límites de sus metas y objetivos declarados planes.

Indicadores

- **Metas**

Las metas son componentes necesarios para construir un objetivo entre el presente y el futuro aneladoThoreau (2019)

De igual manera la meta se trata de un objetivo que debe lograrse a través de una serie de herramientas o componentes con el fin de realizar los sueños o ideas que las personas han tenido desde que son jóvenes.

- **Objetivos**

Un objetivo posiciona un acto preciso buscando una manera en la que se deducirá la meta de comenzar tal proceso: resolver un problema, contribuyendo al crecimiento y desarrollo de un área específica del conocimiento . Ramirez (2019)

Asimismo, los objetivos son resultados deseados que una investigación para lograr a través de la ejecución de sus actividades.

Dimensión 02: Satisfacción

La satisfacción: es el criterio principal para determinar la necesidad de calidad del producto o servicio , y es crítico para la viabilidad a largo plazo de la empresa, ya que influye en la decisión del cliente de repetir la experiencia del servicio y su efecto multiplicador en términos de comunicación y relación. Arias (2019)

De igual manera el estado de estar satisfecho es aquel en el que uno cree que todo ya está en su lugar para lograr la realización, ya sea física o mental.

Indicadores

- **Necesidad**

Las necesidades se convierten motivacionales cuando se vuelven conscientes y motivan un humano a la acción. Maslow (2021)

De igual manera la necesidad es un sentimiento o condición que esta relacionado con experimentar una carencia y está conectado con los esfuerzos realizados para llenar el vacío o corregir la situación de carencia

- **Comodidad**

La comodidad es la condición de acomodable este es un termino que hace referencia a todo lo que se necesita para estar satisfecho. Garcia (2021)

Asimismo, la comodidad es referente a vivir comodo esto suele referirse aquello que se necesita para estar a gusto.

Marco Conceptual

Gestión De La Calidad

El término Gestión de la calidad se refiere a un sistema que conecta un conjunto de variables importantes con la implementación de un conjunto de principios, prácticas y técnicas para mejorar la calidad . Torres (2019)

Una Gestión de la Calidad es un dispositivo que permite a una institución trazar, ejecutar y controlar las labores importantes para un buen desarrollo de la misión, mediante la disponibilidad de servicios con excesivos estándares excepcionales, que se pueden medir a través de signos de satisfacción.

Servicio Al Cliente

El Servicio al Cliente es el conjunto de actividades relacionadas que proporciona un proveedor para garantizar que el cliente reciba el producto en el momento y lugar correctos y que se use de manera adecuada. Vargas (2017)

El Servicio del cliente se refiere a todos los movimientos que realiza cada trabajador de La organización ofreciendo buen trato al consumidor con el objetivo de obtener buenos ingresos para la empresa teniendo en cuenta las ventajas de dicho servicio elevando la estabilidad de ventas para la empresa.

Calidad

La calidad es una decisión del cliente basada en la experiencia actual del cliente con los productos o servicios, comparada con sus necesidades, establecidos o no establecidos, conscientes o inconscientes, técnicamente operacionales o enteramente subjetivos, y siempre representando un blanco móvil en Naciones Unidas. Hoyer (2017)

De igual forma la calidad de un producto es la noción que el consumidor tiene de él, es una fijación mental del cliente que asume el cumplimiento del producto indicado y su potencial para satisfacer sus necesidades del cliente para el beneficio de la organización.

Proceso

Un proceso es una colección de acciones intencionales que involucran a un número de personas y recursos materiales coordinados para lograr una meta previamente identificada . Albert (2019)

Asimismo, un proceso es una colección de pasos creados en un orden particular que permite la producción de un resultado particular a partir de un insumo o materia prima específica

Cliente

Un cliente es alguien que recibe bienes o servicios.Generalmente, esto implica una transacción en la que el dinero cambia de manos.Hay dos tipos de clientes: internos y externos . Betancur (2018)

El servicio al cliente es muy importante ya que consiste en asegurarse que los clientes compren en una empresa el objetivo de dicho servicio es convertir nuestro servicio en una estrategia competitiva, existen reglas para un gran servicio como en contacto visual, las emociones, las expresiones que demuestras al momento de vender un producto.

Empresa Individual De Responsabilidad Limitada

La EIRL es una entidad legal con bienes separados de los de su propietario, el empresario individual no responde.Badilla (2017)

Del mismo modo, la EIRL es una empresa con una historia distinta; este negocio cubre una forma que cada vez emplean más los empresarios que quieren que su empresa tenga una personalidad jurídica sin tener que constituirse en sociedad

III HIPÓTESIS

Hipótesis General

La Gestión de la Calidad influye significativamente con el Servicio al Cliente en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021

Hipótesis Especifica

El proceso influye significativamente con el Servicio al Cliente en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021

Las reglas influyen significativamente con el Servicio al Cliente en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021

La organización influye significativamente con la Gestión de la Calidad en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021

La satisfacción influye significativamente con la Gestión de la Calidad en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021

IV. METODOLOGÍA.

4.1. Diseño de la Investigación

El diseño de investigación que se utilizó para la variable: Gestión de la Calidad y Servicio al Cliente fue cuantitativo- correlacional- no experimental de corte transversal

Cuantitativo

Cortez (2018) Menciona que: Una investigación cuantitativa es aquella en la que se recopilan y analizan datos sobre las variables estudiando propiedades y fenómenos relacionados. *(p.13)*

La investigación es de tipo cuantitativo ya que utilizo la presentación de los datos y resultados que se utilizara en los instrumentos de medición.

Correlacional

De igual manera Mejia (2019) Menciona que: Un tipo de metodología de investigación no experimental conocida como investigación correlacional involucra la medición de dos variables por parte del investigador. *p 01).*

La investigación fue de tipo correlacional porque se midió los tipos de variables determinando la relación entre ambas, teniendo como finalidad conocer la relación que exista entre las variables en una muestra o contexto en particular.

No experimental

Dzul (2018) Menciona que: El diseño no experimental es aquel que se efectua sin manipular variables. *(p 02)*

La investigación fue no experimental ya que se realizó sin manipular las variables respectivas de la investigación como también se busca tener ambos propósitos analíticos.

Corte transversal

Rodríguez & Mendivelso (2018) Menciona que: El diseño de corte transversal se relaciona como un análisis de observación que mantiene un doble propósito: descriptivo y analítico. (p.141)

La investigación fue transversal ya que se desarrollo en un espacio de tiempo deternimado teniendo un inicio y un fin en el año 2021.

4.2. Población y Muestra.

Población

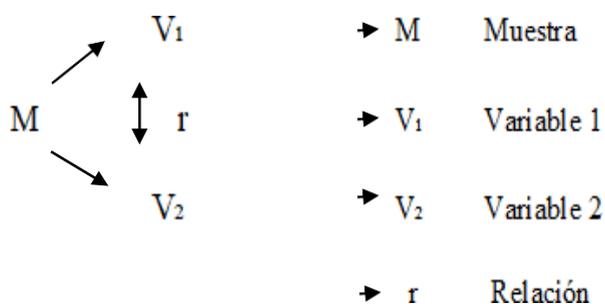
En la investigación se utilizo una población de 220 clientes que frecuentan a la ferretería Inversiones Ramos Obregón EIRL – Satipo 2021.

Muestra

La muestra fue conformada por 122 clientes que estuvieron disponibles en el tiempo que se ejecutó el instrumento de recolección de datos en la ferretería Inversiones Ramos Obregón EIRL – Satipo 2021.

Muestreo

El muestreo fue no probabilístico por conveniencia ya que se tomó a clientes que estuvieron disponibles en el tiempo que se ejecutó el instrumento de recolección de datos.



Técnica de muestreo:

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula de población finita ya que el tamaño de la muestra es menor de 100.000 personas con un nivel de confianza del 90%

Nivel de confianza	Z alfa
99.7%	3
99%	2,58
98%	2,33
96%	2,05
95%	1,96
90%	1,645
80%	1,28
50%	0,674

Tamaño de la población	N	220
Nivel de confianza	α	90%
Coefficiente de confianza	$Z\alpha$	1.645
Probabilidad de éxito	p	0.50
Probabilidad de fracaso	q	0.50
Error de estimación	d	5%
Tamaño de la muestra	n	121.59

Fórmula:

$$n = \frac{N \times Z\alpha^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z\alpha^2 \times p \times q}$$

Reemplazamos:

$$n = \frac{220 \times 1.645^2 \times 0.50 \times 0.50}{5\%^2 \times (220 - 1) + 1.645^2 \times 0.50 \times 0.50}$$

$$n = 121.59$$

Redondeando la población: n = 122 clientes

Los criterios de inclusión y exclusión

Gestión de la calidad

Criterios De Inclusión

- Los clientes que frecuentan ala ferretería inversiones ramos obregón EIRL.

Criterios De Exclusión

- Los trabajadores de la ferretería inversiones ramos obregón EIRL.
- El gerente general de la ferretería inversiones ramos obregón EIRL
- Los trabajadores que estan de vacaciones o descanso medico.

Servicio al cliente

Criterios De Inclusión

- Los clientes que frecuentan ala ferretería inversiones ramos obregón EIRL

Criterios De Exclusión

- Los trabajadores de la ferretería inversiones ramos obregón EIRL
- El gerente general de la ferretería inversiones ramos obregón EIRL
- Los trabajadores que estan de vacaciones o descanso medico.

4.3. Definición y operacionalización de las variables e indicadores

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimenciones	Indicadores	Items	Fuente	Escala de Medición
Gestión de la Calidad	La gestión de calidad, es un conjunto de acciones y herramientas que tienen como objetivo evitar posibles errores o desviaciones en el proceso de producción y en los productos o servicios obtenidos mediante el mismo. Según Torres (2019)	La Gestión de la Calidad se utiliza para describir un sistema que relaciona un conjunto de procesos relevantes para la puesta en práctica de una serie de principios, reglas, prácticas y técnicas para la mejora de la calidad. Hinostroza (2019)	Procesos	Actividades	1.¿Cree usted que las actividades que ejerce la ferretería Inversiones Ramos Obregón EIRL es satisfactoria para el cliente?	Clientes	Likert 5=Siempre 4=Casi siempre 3=Algunas veces 2=Muy pocas veces 1=Nunca
					2.¿Cree usted que las actividades en el desarrollo de ventas que ofrece la ferretería Inversiones Ramos Obregón EIRL es beneficioso para el cliente?		
				Proceso	3.¿Considera usted que el proceso de trabajo de la ferretería Inversiones Ramos Obregón EIRL es beneficioso para el cliente?		
					4.¿Cree usted que la ferretería Inversiones Ramos Obregón EIRL cuenta con un buen proceso de gestión?		
					5.¿Cree usted que la ferretería Inversiones Ramos Obregón EIRL ejerce procesos para la mejora de su empresa?		
			Reglas	Normas	6.¿Considera que el dueño de la ferretería Inversiones Ramos Obregón EIRL ejerce buenas normas de gestión para la ferretería?		
					7.¿Cree usted que la ferretería Inversiones Ramos Obregón EIRL ejerce normas éticas establecidas para el personal?		
					8.¿Cree usted que la ferretería Inversiones Ramos Obregón EIRL cuenta con normas claras para la estabilidad de la EIRL?		
					9.¿Cree usted que en la ferretería Inversiones Ramos Obregón EIRL regulan las normas correctas para la gestión de la calidad?.		
			Acciones	10.¿Considera usted que los trabajadores de la ferretería Inversiones Ramos Obregón EIRL brinda buenas acciones de desarrollo a la empresa?			

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimenciones	Indicadores	Items	Fuente	Escala de medición	
Servicio Al Cliente	El servicio al cliente es todo el soporte que brindas a tus clientes, ya sea antes, durante o después de la compra esto es fundamental para determinar la manera en que ofrecen su producto o servicio de acuerdo con lo que desean los clientes.Ramos (2020)	El Servicio Al Cliente es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de satisfacer al cliente cuando obtenga el producto en el momento y lugar adecuado para el beneficio de la organización. <i>Según Contreras (2018)</i>	Organizacion	Metas	11.¿Cree usted que las metas que se plantea la ferreteria Inversiones Ramos Obregón EIRL es beneficioso para la organización?	Clientes	Likert 5=Siempre 4=Casi siempre 3=Algunas veces 2=Muy pocas veces 1=Nunca	
					12.¿Considera usted que la ferreteria Inversiones Ramos Obregón EIRL pueda desarrollar metas positivas a corto y largo plazo??			
					13.¿Considera usted que la ferreteria Inversiones Ramos Obregón EIRL cuenta con buenos trabajadores para alcanzar las metas propuestas?			
				Objetivos	14.¿Considera usted que los trabajadores de la ferreteria Inversiones Ramos Obregón EIRL tenguen objetivos claros y transparentes en la empresa?			
					15.¿Cree usted que la ferreteria Inversiones Ramos Obregón EIRL planifican sus objetivos para brindar buenas servicios?			
			Satisfacción	Necesidad	16.¿Cree usted que la ferreteria Inversiones Ramos Obregón EIRL brinde un servicio satisfactorio que cubre las necesidades a los clientes?			
					17.¿Considera usted que la ferreteria Inversiones Ramos Obregón EIRL mejora sus servicios según las necesidades y expectativas del cliente?			
					Comodidad			18.¿Se siente usted cómodo con el trato brindado de los trabajadores en la ferreteria Inversiones Ramos Obregón EIRL ?
								19.¿Se siente comodo con la calidad de materiales que ofrece la ferreteria Inversiones Ramos Obregón EIRL ?
								20.¿Cree usted que la ferreteria Inversiones Ramos Obregón EIRL cuenta con una infraestructura comoda para el cliente?

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Sampieri (2018) El estudio de investigación se aplicó la técnica de la encuesta para la recolección de información utilizando el instrumento del cuestionario con escalamiento Likert para lo cual estas tuvieron un conjunto de preguntas con las variables sujetas la investigación” a través de una libreta, optando por preguntas cerradas.

En el estudio de investigación se aplicó la técnica de la entrevista y al mismo tiempo el instrumento del cuestionario que estuvo compuesto por 20 preguntas likert y se encuentra en el anexo 1.

4.5. Plan de Análisis.

Se utilizó el programa estadístico SPSS V.25 para poder hacer los gráficos estadísticos teniendo en cuenta el análisis de la información de la investigación.

Asi mismo se utilizó el programa Microsoft Excel para la recopilación de datos obtenidos de campo, así como la estructuración de datos según variables y dimensiones.

Se utilizo el mendeley para una mejor elaboracion de citas y referencias bibliográficas.

Por ultimo se identifico el porcentaje de similitud y redacción de la investigación para ello se dispuso la herramienta del turnitin.

4.6. Matriz de Consistencia

TITULO	ENUNCIADO DE PROBLEMA	OBJETIVO	VARIABLES	HIPOTESIS	METODOLOGIA	POBLACIÓN Y MUESTRA	TECNICA DE INSTRUMENTOS	PLAN DE ANALISIS
GESTIÓN DE LA CALIDAD Y SERVICIO AL CLIENTE RUBRO FERRETERIA CASO: INVERSIONES RAMOS OBREGON EIRL-SATIPO 2021	¿De que manera la Gestión de la Calidad influye con el servicio al Cliente en el rubro ferreteria: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. – Satipo,2021?	<p>OBJETIVO GENERAL Determinar de qué manera la Gestión de la Calidad influye con el Servicio al Cliente en el rubro ferreteria: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. – Satipo,2021</p> <p>OBJETIVO ESPACIFICO Determinar la influencia entre el proceso y el Servicio al Cliente en el rubro ferreteria: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021</p> <p>Identificar la influencia entre las reglas y el Servicio al Cliente en el rubro ferreteria: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021</p> <p>Describir la influencia entre la organización y la Gestión de la Calidad en el rubro ferreteria: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021</p> <p>Definir la influencia entre la satisfacción y la Gestión de la Calidad en el rubro ferreteria: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021</p>	<p>Variable 01: GESTIÓN DE LA CALIDAD</p> <p>Variable 02: SERVICIO AL CLIENTE</p>	<p>HIPOTESIS GENERAL La gestión de calidad influye significativamente con el Servicio al Cliente en el rubro ferreteria: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. – Satipo,2021</p> <p>HIPOTESIS ESPECIFICO El proceso influye significativamente con el Servicio al Cliente en el rubro ferreteria: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021</p> <p>las reglas influyen significativamente con el Servicio al Cliente en el rubro ferreteria: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021</p> <p>La organización influye significativamente con la Gestión de la Calidad en el rubro ferreteria: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. – Satipo,2021</p> <p>La satisfacción influye significativamente con la Gestión de la Calidad en el rubro ferreteria: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. – Satipo,2021.</p>	Diseño de investigación cuantitativo- correlacional - no experimental de corte transversal.	<p>Se utilizó una población compuesta por 220 clientes que frecuentan a la empresa</p> <p>Se utilizó como muestra a 122 clientes que estuvieron disponibles en el tiempo que se ejecutó el instrumento de recolección de datos</p>	<p>Tecnica Encuesta</p> <p>Instrumento Cuestionario</p>	<p>Se utilizan los siguientes programas informáticos: Microsoft Excel SPSS V25 Mendeley Turnitin</p>

4.7. Principios Éticos.

De acuerdo con los principios que establece el reglamento de la investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote se toma como principal cumplimiento se considerara los principios éticos de la confidencialidad, respetando a la protección a las personas; beneficencia no maleficencia y la justicia.

Confiabilidad:

Se tomó en cuenta este principio ya que se llego a trabajar con las personas encuestadas respetando la confidencialidad y la privacidad mediante la encuesta, ya que este principio no solo implica que las personas son tomadas como sujetos de investigación, sino que también se involucra el respeto a sus derechos fundamentales.

Protección a las personas:

La persona que fue encuestada tuvo anonimato en la información que brindamos y no se perjudicaron demostrando su identidad teniendo en cuenta que en la investigación la persona es el fin y no el medio, dejando que esta tomara la decisión de participar o no en dicha investigación respetando siempre el derecho que la persona se merece.

Beneficencia no maleficencia:

En este principio se tomó en cuenta que las personas encuestadas recibieran beneficios al ser partícipe de esta investigación, sin causarles daño y disminuir los efectos negativos que pueda traer consigo, minimizando sus defectos que tengan la empresa sin causar daños ni prejuicios.

Justicia:

Se llegó a dar un trato justo a los participantes antes y durante la encuesta teniendo así un derecho equitativo y razonable sin discriminación, respetando la justicia para todos los miembros partícipes de esta investigación, teniendo la obligación de tratar a todos los participantes con tolerancia en el proceso que se llevó a cabo el tiempo de la investigación.

Libre participación y derecho a estar informado:

Las personas que participen en la investigación tuvieron derecho a estar informados sobre el propósito y finalidad de la investigación ya que tienen la opción de libertad de participación por decisión propia.

Ya que como investigadores es nuestro deber informar a las personas que participan en la investigación, ya que la información brindada contara como manifestación voluntaria y específica de las personas.

V RESULTADOS

5.1 Resultados

Relacionaremos los resultados obtenidos en la investigación , con los objetivos, hipótesis y revisión de la presente tesis.

A continuación, se muestran los resultados obtenidos en las pruebas estadísticas que se aplicaron a los resultados, en las que se realizó prueba de normalidad y contrastación a cada una de las hipótesis de la investigación. Los coeficientes de correlación fueron determinados a través del coeficiente de Rho de Pearson, que indica los valores correlacionales que se muestran en la tabla 1

Tabla 1 Valores para las correlaciones según coeficiente de Rho de Pearson

VALOR	INTERPRETACIÓN
0.00	Correlacional no existente
0.01-0.20	Correlación positiva frágil
0.21-0.40	Correlación positiva moderada
0.41-0.60	Correlación positiva fuerte
0.61-0.80	Correlación positiva muy fuerte
0.81-1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Interpretación de las Correlaciones Coeficientes de Rho Pearson.

Tabla 2: Cruce de Correlación

		V1: Gestión de la Calidad											
		Procesos					Reglas						
V 2: Servicio al Cliente		Las actividades satisfactoria para el cliente.	Las actividades en el desarrollo de ventas es beneficioso para el cliente.	El proceso de trabajo es beneficioso para el cliente.	La ferretería cuenta con un proceso de gestión.	La ferretería ejerce procesos para la empresa.	El dueño ejerce buenas normas de gestión.	La ferretería ejerce normas éticas para el personal.	La ferretería cuenta con normas claras.	La ferretería regula las normas correctas	Los trabajadores brindan buenas acciones		
Organización	Las metas que se plantea la ferretería es beneficioso.	Pearson Correlación	,308**	,502**	,489**	,449**	,340**	,574**	,514**	,413**	,559**	,468**	
		Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	La ferretería puede desarrollar metas positivas	Pearson Correlación	,359**	,409**	,421**	,444**	,176	,511**	,243**	,566**	,437**	,558**	
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,052	,000	,007	,000	,000	,000	,000
	La ferretería cuenta con buenos trabajadores para alcanzar las metas.	Pearson Correlación	,392**	,437**	,372**	,495**	,335**	,596**	,365**	,452**	,540**	,442**	
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	Los trabajadores tienen objetivos claros y transparentes	Pearson Correlación	,568**	,407**	,425**	,466**	,351**	,469**	,355**	,465**	,380**	,502**	
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	La ferretería planifica sus objetivos para buenos servicios.	Pearson Correlación	,379**	,458**	,426**	,436**	,354**	,465**	,419**	,382**	,497**	,461**	
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	La ferretería brinda un servicio satisfactorio	Pearson Correlación	,496**	,446**	,382**	,400**	,241**	,389**	,339**	,447**	,472**	,395**	
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,008	,000	,000	,000	,000	,000	,000
La ferretería mejora sus servicios según las necesidades del cliente.	Pearson Correlación	122	122	122	122	122	122	122	122	122	122		
	Sig. (2-tailed)	,311**	,478**	,501**	,396**	,265**	,546**	,341**	,480**	,462**	,414**		
Satisfacción	El trato brindado de los trabajadores es cómodo.	Pearson Correlación	,000	,000	,000	,000	,003	,000	,000	,000	,000	,000	
		Sig. (2-tailed)	,469**	,380**	,481**	,557**	,420**	,464**	,445**	,517**	,381**	,471**	
	La calidad que ofrece la ferretería es cómodo.	Pearson Correlación	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
		Sig. (2-tailed)	,418**	,431**	,466**	,401**	,408**	,439**	,466**	,407**	,415**	,325**	
La ferretería cuenta con una infraestructura cómoda	Pearson Correlación	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		
	Sig. (2-tailed)	,450**	,557**	,332**	,345**	,288**	,497**	,353**	,449**	,272**	,488**		

Fuente SPSSV25: Interpretación de las Correlaciones de variables

Hipótesis General

Tabla 3:(Gestión de la Calidad – Servicio al Cliente)

Correlaciones			
		Gestión de la Calidad	Servicio al Cliente
Correlación de Pearson		1	.870**
Gestión de la Calidad	Sig. (bilateral)		.000
	N	122	122
	Correlación Pearson	.870**	1
Servicio al Cliente	Sig. (bilateral)	.000	
	N	122	122

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente:SPSS v. 25

Encontramos en la tabla 3 el grado de significancia representados en el valor $P=0,000$ el cual determina una probabilidad de error de 0% y afirmar que influye entre las variables: gestión de la calidad y el servicio al cliente en la ferretería inversiones ramos obregónEIRL-Satipo 2021.

Respondiendo a la Hipótesis General:

Se resuelve que existe una baja probabilidad de error al encontrarse por debajo del 0,05 por lo tanto afirmamos que existe una influencia positiva entre las variables que nos lleva a rechazar la H_0 y aceptar la H_1 con el que se concluye que: si influye significativamente la gestión de la calidad y el servicio al cliente en el rubro ferreteria: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021

Seguidamente procedemos a analizar el coeficiente de correlación, para tal fin planteamos el objetivo a contrastar.

Planteamiento Del Objetivo General

La Gestión de la Calidad influye con el Servicio al Cliente en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021 para poder afirmar la existencia de la influencia se toma en cuenta la probabilidad de error siendo 0% el que afirma que existe una relación entre las variables.

El coeficiente hallado en la tabla es de $r=0,870$ el cual cuantifica que existe una influencia entre las variables concluyendo que ambas variables influyen de manera positiva perfecta.

Finalmente se afirma que la Gestión de la Calidad tiene una relación positiva perfecta con el Servicio al Cliente en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021

Objetivo Especifico 1

El proceso influye significativamente con el Servicio al Cliente en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021

Ha (Alternativa): Existe influencia entre el proceso y el Servicio al Cliente en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021

H0 (Nula): No existe influencia significativamente entre el proceso y el Servicio al Cliente en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021

Tabla 4: Correlación (Proceso – Servicio al Cliente)

Correlaciones			
		Procesos	Servicio al cliente
Procesos	Correlación de pearson	1	.822*
	Sig. (bilateral)		.000
	N	122	122
	Correlación de pearson**	.822**	1
Servicio al cliente	Sig. (bilateral)**	.000	
	N	122	122

La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente SPSS v. 25.

Encontramos en la tabla 4 el grado de significancia representados en el valor $p=0,000$ el cual determina una probabilidad de error de 0% y afirmar que existe una influencia entre las variables: procesos y el Servicio al Cliente en el rubro ferreteria: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021

Respondiendo a la Hipótesis Especifico 01

Se resuelve que existe una baja probabilidad de error al encontrarse por debajo del 0,05 por lo tanto afirmamos que existe una influencia positiva entre las variables que nos lleva a rechazar la H_0 y aceptar la H_1 con el que se concluye que: si existe una relación significativa entre los procesos y el Servicio al Cliente en el rubro ferreteria: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021

Planteamiento del objetivo específico 01

Para poder afirmar la existencia de la influencia se toma en cuenta la probabilidad de error siendo 0% el que afirma que existe influencia entre las variables: procesos y Servicio al Cliente.

El coeficiente hallado en la tabla es de $r=0,822$ el cual cuantifica la influencia entre las variables procesos y Servicio al Cliente, concluyendo que ambas variables se relacionan de manera positiva perfecta

Finalmente se afirma que el proceso tiene una influencia positiva perfecta con el Servicio al Cliente en el rubro ferreteria: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. – Satipo,2021

Hipótesis Especifica 02

Ha (Alternativa): Existe una influencia significativa entre las reglas y el Servicio al Cliente en el rubro ferreteria: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021

H0 (Nula): No existe una influencia significativa entre las reglas y el Servicio al Cliente en el rubro ferreteria: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021

Tabla 5: Correlación (Reglas – Servicio al Cliente)

Correlaciones			
		Reglas	Servicio al Cliente
Reglas	Correlación de pearson	1	.824**
	Sig. (bilateral)		.000
	N	122	122
Servicio al cliente	Correlación de pearson**	.824**	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	122	122

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: SPSS v. 25.

Encontramos en la tabla 5 el grado de significancia representados en el valor $p=0,000$ el cual determina una probabilidad de error de 0% y afirmar que existe influencia entre las variables: reglas y el Servicio al Cliente en el rubro ferreteria: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021

Respondiendo a la Hipótesis Específica 02

Se resuelve que existe una baja probabilidad de error al encontrarse por debajo del 0,05 por lo tanto afirmamos que existe una correlación positiva entre las variables que nos lleva a rechazar la h_0 y aceptar la h_1 con el que se concluye que: si existe una influencia significativa entre las reglas y el Servicio al Cliente en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021

Planteamiento del Objetivo Específico 02

Para poder afirmar la existencia de la influencia se toma en cuenta la probabilidad de error siendo 0% el que afirma que existe relación entre las variables: reglas y Servicio al Cliente.

El coeficiente hallado en la tabla es de $r=0,824$ el cual cuantifica la influencia entre las variables reglas y Servicio al Cliente, concluyendo que ambas variables se relacionan de manera positiva muy perfecta.

Finalmente se afirma que las reglas tienen una influencia positiva perfecta con el Servicio al Cliente en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. – Satipo,2021

Hipótesis Específica 03

Ha (Alternativa): Existe influencia significativa entre la organización y la Gestión de la Calidad en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. – Satipo,2021

H0 (Nula): No existe influencia significativa entre la organización y la Gestión de la Calidad en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. – Satipo,2021.

Tabla 6: Correlación (organización – gestión de la calidad)

Correlaciones			
		Organización	Gestión de la calidad
Organización	Correlación de pearson	1	.825**
	Sig. (bilateral)		.000
	N	122	122
Gestión de la Calidad	Correlación de pearson**	.825**	1
	Sig. (bilateral)**	.000	
	N	122	122

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral) .

Fuente: SPSS v. 25.

Encontramos en la tabla 6 el grado de significancia representados en el valor $p=0,000$ el cual determina una probabilidad de error de 0% y afirmar que existe influencia entre las variables: organización y Gestión de la Calidad en el rubro ferreteria: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021

Respondiendo a la Hipótesis Especifica 03

Se resuelve que existe una baja probabilidad de error al encontrarse por debajo del 0,05 por lo tanto afirmamos que existe una influencia positiva entre las variables que nos lleva a rechazar la h_0 y aceptar la h_1 con el que se concluye que: si existe una influencia significativa entre la organización y Gestión de la Calidad en el rubro ferreteria: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021

Planteamiento del Objetivo Específico 03

Para poder afirmar la existencia de la influencia se toma en cuenta la probabilidad de error siendo 0% el que afirma que existe influencia entre las variables: organización y Gestión de la Calidad

El coeficiente hallado en la tabla es de $r=0,825$ el cual cuantifica la influencia entre las variables organización y Gestión de la Calidad, concluyendo que ambas variables influyen de manera positiva perfecta.

Finalmente se afirma que la organización tiene una influencia positiva perfecta con la Gestión de la Calidad en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021.

Hipótesis Especifica 04

Ha (Alternativa): Existe influencia significativa entre la satisfacción y la Gestión de la Calidad en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021

H0 (Nula): No existe influencia significativa e entre la satisfacción y la Gestión de la Calidad en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. – Satipo,2021

Tabla 7: Correlación (Satisfacción – Gestión de la calidad)

Correlaciones			
		Satisfacción	Gestión de la calidad
Satisfacción	Correlación de Pearson	1	.825**
	Sig. (bilateral)		.000
	N	122	122
Gestión de la calidad	Correlación de Pearson**	.825**	1
	Sig. (bilateral)**	.000	
	N	122	122

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral) .

Fuente:: SPSS v. 25.

Encontramos en la tabla 7 el grado de significancia representados en el valor $p=0,000$ el cual determina una probabilidad de error de 0% y afirmar que existe influencia

entre las variables: satisfacción y Gestión de la Calidad en el rubro ferreteria: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021

Respondiendo a la Hipótesis Especifica 04

Se resuelve que existe una baja probabilidad de error al encontrarse por debajo del 0,05 por lo tanto afirmamos que existe una influencia positiva entre las variables que nos lleva a rechazar la h_0 y aceptar la h_1 con el que se concluye que: si existe una influencia significativa entre la satisfacción y Gestión de la Calidad en el rubro ferreteria: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021

Planteamiento del Objetivo Específico 04

Para poder afirmar la existencia de la influencia se toma en cuenta la probabilidad de error siendo 0% el que afirma que existe influencia entre las variables: satisfacción y Gestión de la Calidad.

El coeficiente hallado en la tabla es de $r=0,825$ el cual cuantifica la influencia entre las variables satisfacción y Gestión de la Calidad, concluyendo que ambas variables se influyen de manera positiva perfecta.

Finalmente se afirma que la satisfacción tiene una influencia positiva perfecta con la Gestión de la Calidad en el rubro ferreteria: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021

5.2. Análisis de Resultados

Determinar la influencia entre el proceso y el Servicio al Cliente en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021

Existe una influencia significativa entre el proceso y el Servicio al Cliente en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021

A través de los resultados se pudo constatar la influencia existente entre el proceso y el Servicio al Cliente en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021 con un valor $p = ,000$ que indica el 0% de posibilidades de error con un nivel de confianza del 95%.

Se resuelve que existe una baja probabilidad de error al encontrarse por debajo del 0,05 por lo tanto afirmamos que existe una correlación positiva entre las variables que nos lleva a rechazar la h_0 y aceptar la h_1 con el que se concluye que: si existe una influencia significativa entre el proceso y el Servicio al Cliente en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021 . obteniendo un coeficiente de relación de pearson con valor $r = 0,870$ que indica una influencia positiva perfecta entre la dimensión proceso Según Hinostriza (2019) El proceso es un conjunto de actividades, debidamente ordenadas. Según Vargas (2017) “El Servicio al Cliente es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de satisfacer al cliente cuando obtenga el producto en el momento y lugar adecuado para el beneficio de la organización o empresa. El servicio al cliente es una potente herramienta de marketing”.

Resultado que se comparte con Villareal, (2020), en su tesis denominada “*Gestión de calidad y el proceso administrativo de la micro y pequeña empresa inversiones grupo porras Perú, pichanaqui 2020, tesis para optar el título profesional de licenciado administración*” tomando como contraste la dimensión de proceso con lo que se

concluyó que : sí existe una influencia entre las variables, este resultado nos lleva a rechazar la H_0 y aceptar la H_1 con el que concluimos lo siguiente: se muestra en el resultado una probabilidad de error del 0% que afirma que existe influencia entre las variables Gestión de Calidad y procesos administrativos. el coeficiente hallado es de $r=0,812$ el cual se influyen de manera positiva perfecta representadas en un 65,93%. pudiendo así afirmar indiscutiblemente que la Gestión de la Calidad tuvo una influencia positiva perfecta con el proceso administrativo de la micro y pequeña empresa Inversiones grupo Porras Perú, Pichanaqui 2020.

Identificar la influencia entre las reglas y el Servicio al Cliente en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021

Existe influencia significativa entre las reglas y el Servicio al Cliente en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021

A través de los resultados se pudo constatar la influencia existente entre las reglas y el Servicio al Cliente en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. – Satipo,2021 con un valor $p = ,000$ que indica el 0% de posibilidades de error con un nivel de confianza del 95%.

Se resuelve que existe una baja probabilidad de error al encontrarse por debajo del 0,05 por lo tanto afirmamos que existe una influencia positiva entre las variables que nos lleva a rechazar la H_0 y aceptar la H_1 con el que se concluye que: si existe una influencia significativa entre las reglas y el Servicio al Cliente en la empresa EIRL del sector servicio, rubro ferretería-Satipo 2021. obteniendo un coeficiente de relación de Pearson con valor $r = 0,822$ que indica una influencia positiva perfecta entre la dimensión reglas Según Hinostroza (2019) Las reglas son normas para optar y dirigir una buena conducta de la acción. Según (Vargas, 2017) “El Servicio al Cliente es el conjunto de actividades

interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de satisfacer al cliente cuando obtenga el producto en el momento y lugar adecuado para el beneficio de la organización o empresa. El servicio al cliente es una potente herramienta de marketing”.

Resultado que se comparte con Albornoz, (2018) en su tesis *“Calidad De Servicio Y Su Relación Con La Satisfacción De Los Clientes En La Ferretería En General Multiventas “León” Huánuco - 2018” Trabajo De Investigación Para Optar El Grado Académico De Bachiller En Ciencias Administrativas” Tomando como contraste al servicio con lo que se concluyó que sí existe una influencia entre las variables, este resultado nos lleva a rechazar la H0 y aceptar la H1 con el que concluimos: Que se determinó la existencia de un margen de error de 0,09% el cual se encuentra por debajo del 5% con el que se aprueba la hipótesis y afirma una relación directa entre las variables en cuestión. Finalmente se analizó el resultado del coeficiente $r=0,750$ que cuantificó la influencia entre las variables con el que podemos concluir que las variables influyen positivamente con una intensidad sustancial entre las reglas y el Servicio al Cliente.*

Describir la influencia entre la organización y la Gestión de la Calidad en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021

Existe influencia significativa entre la organización y la Gestión de la Calidad en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021

A través de los resultados se pudo constatar la influencia existente entre el proceso y el Servicio al Cliente en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021 con un valor $p = ,000$ que indica el 0% de posibilidades de error con un nivel de confianza del 95%.

Se resuelve que existe una baja probabilidad de error al encontrarse por debajo del 0,05 por lo tanto afirmamos que existe una influencia positiva entre las variables que nos

lleva a rechazar la h_0 y aceptar la h_1 con el que se concluye que: si existe una influencia significativa entre la organización y la Gestión de la Calidad en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021 obteniendo un coeficiente de influencia de Pearson con valor $r = 0,824$ que indica una influencia positiva perfecta entre la dimensión organización. Según Uribe (2019) “La organización es la estructuras administrativas y sistemas administrativos creadas para lograr metas u objetivos.”

Según Torres (2019) “La Gestión de la Calidad se utiliza para determinar un sistema que relaciona un conjunto de procesos relevantes para la puesta en práctica de una serie de principios, reglas, prácticas y técnicas para la mejora de la calidad.”

Resultado que se comparte con Fasabi, (2020), en su tesis: *Gestión de calidad y el enfoque del neuromarketing en la imprenta industria gráfica selva, pangoa, 2020, tesis para optar el título profesional de licenciada en administración*, tomando como contraste a la dimensión organización con lo que se concluyó que : sí existe una influencia entre las variables, este resultado nos lleva a rechazar la h_0 y aceptar la h_1 con el que concluimos: que se determinó la existencia de un margen de error de 0,09% el cual se encuentra por debajo del 5% con el que se aprueba la hipótesis y afirma una influencia directa entre las variables en cuestión. finalmente se analizó el resultado del coeficiente $r=0,580$ que cuantificó la influencia entre las variables con el que podemos concluir que las variables influyen positivamente con una intensidad sustancial entre la organización y el neuromarketing, misma relación representada en un 33,64%.

Definir la influencia entre la satisfacción y la Gestión de la Calidad en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021

Existe influencia significativa entre la satisfacción y la Gestión de la Calidad en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021 A través de

los resultados se pudo constatar la influencia existente entre la satisfacción y la Gestión de la Calidad en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. – Satipo, 2021 con un valor $p = ,000$ que indica el 0% de posibilidades de error con un nivel de confianza del 95%.

Se resuelve que existe una baja probabilidad de error al encontrarse por debajo del 0,05 por lo tanto afirmamos que existe una influencia positiva entre las variables que nos lleva a rechazar la h_0 y aceptar la h_1 con el que se concluye que: si existe una influencia significativa entre la satisfacción y la Gestión de la Calidad en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. – Satipo, 2021 . obteniendo un coeficiente de relación de Pearson con valor $r = 0,825$ que indica una influencia positiva perfecta entre la dimensión satisfacción. Según Contreras (2018) menciona que “La satisfacción es el sentimiento de relajación de una necesidad o gusto. Según Torres (2019) “La Gestión de la Calidad se utiliza para determinar un sistema que influye un conjunto de procesos relevantes para la puesta en práctica de una serie de principios, reglas, prácticas y técnicas para la mejora de la calidad .

Resultado que se comparte con Suarez (2020), en su tesis “*Gestión de calidad y satisfacción del cliente en las mypes del sector comercio rubro ferreterías: caso corporación ureta Satipo, 2020 tesis para optar el título profesional de licenciada en administración*” tomando como contraste la dimensión de satisfacción con lo que se concluyó que : sí existe una influencia entre las variables, este resultado nos lleva a rechazar la h_0 y aceptar la h_1 con el que concluimos: si existe una influencia significativa con el coeficiente hallado de $r=0,801$ el cual cuantificó la influencia entre la planeación de calidad y satisfacción del cliente, concluye que ambas variables influyen de manera positiva perfecta representadas en un 64,16%.

VI. CONCLUSIONES

Respecto al objetivo general, se llegó a la conclusión que según al resultado de la $r = 0.870$, que cuantifica la influencia entre las variables de Gestión de la Calidad y el Servicio al Cliente en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. – Satipo, 2021 confirmando que influyen de manera positiva perfecta con una intensidad sustancial entre ambas variables, por lo que la Gestión de la Calidad se identifica como una herramienta de gestión en sus procesos interconectados con el fin de satisfacer las necesidades por otro lado el Servicio al Cliente afirma la buena atención hacia los consumidores, brindando un buen asesoramiento hacia los clientes construyendo una confianza transparente al momento de ejecutar las ventas, ofreciendo soluciones a sus problemas

Con respecto a los resultados entre el proceso y Servicio al Cliente se resuelve que existe una baja probabilidad de error al encontrarse por debajo del 0,05 por lo tanto afirmamos que existe una influencia positiva entre las variables que nos lleva a rechazar la H_0 y aceptar la H_1 con el que se concluye que: si existe una influencia significativa entre el proceso y el servicio al cliente en la empresa EIRL del sector servicio, rubro ferretería. Se llegó a la conclusión a través de los resultados se pudo constatar la influencia que existente entre el proceso y el Servicio al Cliente en la ferretería en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. – Satipo, 2021 con un valor $p = ,000$ que indica el 0% de posibilidades de error con un nivel de confianza del 95%. se resuelve que existe una baja probabilidad de error al encontrarse por debajo del 0,05 obteniendo un coeficiente de Pearson con valor $r = 0,822$ por lo tanto afirmamos que existe una influencia positiva perfecta entre las variables que afirma el buen proceso de Gestión de la Calidad llevando

a cabo fases para alcanzar los propósitos que plantea la organización y a la vez el buen servicio que brinda la ferretería a sus clientes teniendo una buena empatía y respeto al cliente con el fin de generar percepciones buenas hacia la empresa. en donde es muy importante que la ferretería cuente con lo mencionado para un apropiado proceso y lograr alcanzar los propósitos que se plantea la empresa.

Con respecto a los resultados entre las reglas y el Servicio al Cliente se resuelve que existe una baja probabilidad de error al encontrarse por debajo del 0,05 por lo tanto afirmamos que existe una influencia positiva entre las variables con el que se concluye que: si existe una influencia significativa entre las reglas y el Servicio al Cliente en el rubro ferreteria: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021 A través de los resultados se pudo constatar la existencia entre las variable con un valor $p = ,000$ que indica el 0% de posibilidades de error con un nivel de confianza del 95%. se resuelve que existe una baja probabilidad de error al encontrarse por debajo del 0,05 obteniendo un coeficiente de relación de pearson con valor $r = 0,824$ por lo que se afirmo que existe una influencia positiva perfecta para las buenas reglas con las que cuenta la empresa y las normas que cuenta la ferreteria para obtener un mayor ingreso de clientes y llevandolo a una buena escabilidad economica para la empresa. en donde es muy fundamental que la organización cuente con todo lo mencionado para contar con las buenas reglas y normas establecidas que cuenta la ferreteria para una escabilidad beneficiable hacia los ingresos de la empresa.

Con respecto a los resultados entre la organización y la Gestión de la Calidad se resuelve que existe una baja probabilidad de error al encontrarse por debajo del 0,05 por lo tanto afirmamos que existe una influencia positiva entre las variables que nos lleva a rechazar la h_0 y aceptar la h_1 con el que se concluye que influye significativamente entre

la organización y la Gestión de la Calidad en el rubro ferretería: caso Inversiones Ramos Obregón E.I.R.L. –Satipo,2021 con un valor $p = ,000$ que indica el 0% de posibilidades de error con un nivel de confianza del 95%. se resuelve que existe una baja probabilidad de error al encontrarse por debajo del 0,05 obteniendo un coeficiente de pearson con valor $r = 0,825$ por lo que se afirmo que existe una influencia positiva perfecta para la organización con las que cuenta la ferretería contando con sistemas administrativos para llegar a alcanzar los objetivos y metas que la ferretería se propone. en donde es muy importante que la ferretería cuente con las buenas organizaciones para incrementar mayores clientes e ingresos para la empresa.

Con respecto a los resultados entre la satisfacción y la Gestión de la Calidad se resuelve que existe una baja probabilidad de error al encontrarse por debajo del 0,05 por lo tanto afirmamos que existe una influencia entre las variables que nos lleva a rechazar la h_0 y aceptar la h_1 . con un valor $p = ,000$ que indica el 0% de posibilidades de error con un nivel de confianza del 95%. se resuelve que existe una baja probabilidad de error al encontrarse por debajo del 0,05 por lo tanto afirmamos que existe una influencia entre las variables. obteniendo un coeficiente de relación de pearson con valor $r = 0,825$, por lo que se indico que existe una influencia positiva perfecta para la satisfacción del cliente contando con buenas estrategias de mejora y un buen plan de beneficios elaborados para la comonidad y seguridad del cliente al momento de adquirir un producto de la ferretería. en donde es muy importante que la ferretería cuente con dichos beneficios y satisfacciones que se da a conocer para los clientes, para causar una comonidad eficiente al comprador.

VII. RECOMENDACIONES

Se les recomienda en base a lo descrito en la investigación lo siguiente:

- ✓ Elaborar una estrategia para el desarrollo de ventas en la ferretería brindando productos de calidad, atendiendo bien a los clientes, cumpliendo los plazos de entrega, estableciendo un precio justo, etc. para planificar y formular un plan de mejora continua para un buen servicio al cliente evitando errores en el proceso de producción para brindar una buena gestión de la calidad y así obtener una buena estabilidad en la empresa. También se le recomienda elaborar un análisis toda para ver como se encuentra su empresa y así poder establecer metas estratégicas en base a un plan operativo.
- ✓ Elaborar un proceso de actividades planificadas en la empresa para mejorar la estabilidad de las ventas brindando estrategias de venta organizadas para las etapas de compra mostrando empatía, brindando información concisa y clara para asegurar la venta y las expectativas del cliente.
- ✓ Sugerir difundir las normas y reglas establecidas en la empresa con personales capacitados para que dicha tarea sea eficiente brindando charlas de capacitación a los trabajadores de la empresa para dar a conocer las pautas que rigen una buena conducta para obtener un buen servicio de atención hacia los clientes.
- ✓ Elaborar nuevos objetivos de organización hacia su personal de trabajo mejorando el trato hacia los clientes, para poder conservar a los clientes se le recomienda al gerente mejorar los bienes y servicios de la ferretería para constar de una buena estabilidad para mejorar la venta de productos de calidad, así como la satisfacción del mismo cliente.

- ✓ Sugerir mejorar las ventas el gerente de la empresa debe estimular a los clientes con ofertas, promociones, cupones, etc. así se obtendrá mejores ingresos para brindar una mejor satisfacción al momento de realizar las respectivas compras.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALANIZ. (2016). *Estrategias de servicio al cliente en la Ferretería Franklin en la ciudad de Estelí en el año 2016, para optar al título de Licenciado en administración de empresas en el año 2016 por la UNAN- Managua, FAREM-Estelí.*
<https://core.ac.uk/download/pdf/94852343.pdf>
- Albert. (2019). Procesos. *Revista Catalana d'arxivística*, 12, 219–229.
https://www.ujaen.es/servicios/archivo/sites/servicio_archivo/files/uploads/Calidad/Criterio5.pdf
- Albornoz. (2018). “*CALIDAD DE SERVICIO Y SU RELACION CON LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN LA FERRETERIA EN GENERAL MULTIVENTAS ‘LEÓN’ HUÁNUCO - 2018.*” chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=http%25253A%25252F%25252Frepositorio.uladech.edu.pe%25252Fbitstream%25252Fhandle%25252F123456789%25252F24136%25252FCALIDAD_DE_SERVICIO_Y_SATISFACCION_DEL_CLIENTE_ALBORNOZ_CRISTOBAL_JOHON_PATRICIO.pdf%25
- Álvarez, A. (2018). Procesos y Procedimiento. *Apuntes de Derecho Procesal Laboral*, 1–15.
<https://rodin.uca.es/xmlui/bitstream/handle/10498/6871/Procesal4.pdf?sequence=32>
- Arias, L. (2019). Calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de las clínicas dentales de la ciudad de Tingo María. In *Universidad Nacional Agraria de la Selva*.
- Badilla. (2017). *Empresa Individual de Responsabilidad Limitada*. 53(9), 1689–1699.
<http://ijj.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/bsk-pdf-manager/2017/06/La-Empresa-Individual-de-Responsabilidad-Limitada-y-su-Refor.pdf>

- Betancur. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de mezcla promocional en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz- Para Obtar el grado de titulo en Administraci.* 4(7). <https://doi.org/10.15765/pdv.v4i7.445>
- Borja. (2018). PROPUESTA DE UN MODELO DE GESTIÓN EN CALIDAD DE SERVICIO, BASADO EN LA NORMA INTERNACIONAL ISO 9001: 2008, EN EMPRESAS DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO, CASO: ALMACENES LA REBAJA. *Universidad Internacional Del Ecuador*, 186.
- Contreras. (2018). *Aproximaciones teóricas y conceptuales al estudio del liderazgo.* 2016, 7–22. <file:///C:/Users/pc/Downloads/TEORIAS.pdf>
- Cortez. (2018). INVESTIGACION CUANTITATIVA. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9). [http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14232/1/Cap.4-Investigación cuantitativa y cualitativa.pdf](http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14232/1/Cap.4-Investigación%20cuantitativa%20y%20cualitativa.pdf)
- Denisse. (2019). Facultad De Ciencias Contables, Financieras Y Administrativas Escuela Profesional De Administración Autora. In *Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote*.
- Dzul. (1390). *DISEÑO NO EXPERIMENTAL.* 99–117. https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES38.pdf
- Fasabi. (2020). Facultad De Ciencias Contables, Financieras Y Administrativas Escuela Profesional De Administración. In *Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.* [file:///C:/Users/HP/Downloads/Uldech_Biblioteca_virtual \(20\).pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/Uldech_Biblioteca_virtual%20(20).pdf)

- Fernandez. (2020). *Acciones*.
- Garcia, Maya, C. (2021). *Introducción*. 18.
- Hinostroza. (2019). *UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE. TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACION*.
- Hoyer, R. (2017). *¿Qué es calidad?*
<https://porquenotecallas19.files.wordpress.com/2015/08/que-es-calidad.pdf>
- John. (2018). *CONCEPTOS Y FUNDAMENTOS: DEL SERVICIO, CLIENTE Y PRODUCTO*.
- León. (2022). *Implementación de un sistema de Gestión de la Calidad en la ferretería Ucatama*. 1–26.
- López. (2019). *GESTIÓN*.
- Maslow. (2021). *Necesidades, motivaciones y deseos*.
- Mejía. (2019). *INVESTIGACIÓN CORRELACIONAL*. 68–70.
[file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Investigación Correlacional.pdf](file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Investigación%20Correlacional.pdf)
- Mezones. (2020). *GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE RUBRO FERRETERÍA DE FRÍAS, AÑO 2020 TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN*.
- Miguel. (2020). Facultad De Ciencias Contables, Financieras Y Administrativas Escuela Profesional De Administración Autora. In *Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote*.
- Navarro. (2019). *FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS*.
[file:///C:/Users/HP/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual \(16\).pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20(16).pdf)
- Ortiz. (2019). “EL SERVICIO AL CLIENTE EN LAS FERRETERÍAS UBICADAS

EN EL PERÍMETRO DE LA TERMINAL ZONA 4 DE GUATEMALA”TESIS
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE DAVID ADOLFO ORTIZ
ASTURIAS ADMINISTRADOR DE EMPRESAS. *Septiembre.*

http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/03/03_3029.pdf

Ramirez. (2019). Construcción de objetos. *The Invisible Bridge / El Puente Invisible*,
74–75. <https://doi.org/10.2307/j.ctt17t74vv.35>

Ramirez. (2020). *GESTIÓN DE CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN
DE LOS CLIENTES DEL CENTRO COMERCIAL ATAHUALPA - RUBRO
FERRETERO HUACHO – 2018.*

Ramos. (2020). *ELEMENTOS DEL SERVICIO AL CLIENTE.*
<https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>

Resla. (2020). *Cuestiones teóricas y metodológicas sobre la selección y diseño de
actividades para la educación lingüística. 15*, 113–135.

Rodriguez. (2019). La Organización. *Economía Básica*, 14–15.
<https://doi.org/10.2307/j.ctvc5pc23.7>

Rodríguez, M., & Mendivelso, F. (2018). Diseño de investigación de Corte
Transversal. *Revista Médica Sanitas*, 21(3), 141–146.
<https://doi.org/10.26852/01234250.20>

Ruiz. (2018). *Sobre principios y reglas 1.* 101–120.
https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/10763/1/doxa10_04.pdf

Salazar. (2018). *GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE
NEUROMARKETING EN LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL, RUBRO
PANADERÍA, DISTRITO DE SATIPO, PROVINCIA DE SATIPO, AÑO 2018 TESIS
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN*

ADMINISTRACIÓN.

Silva. (2020). *CHIMBOTE FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES , GESTIÓN DE CALIDAD Y MARKETING EN LAS MYPE RUBRO FERRETERÍAS EN EL DISTRITO DE.*

Taipe. (2018). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercial, rubro ferreterías, distrito de Satipo, año 2017.* 0–2.

Thoreau, H. D. (2019). *Metas Objetivos y Planes de Accion* (p. 192).

TORRE. (2018). *GESTIÓN DE CALIDAD Y NEUROMARKETING DE LAS MYPES, RUBRO FERRETERIA, DISTRITO DE PANGOA, PROVINCIA DE SATIPO, AÑO 2018, TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACION.*

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10627/GESTION_D E_CALIDAD_NEUROMARKETING_COMERCIO_FERRETERIA_CLIENTE_TORRE_CUSIPUMA_ESTRELLA_AGATA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Torres. (2019). *Gestión de la calidad.*

<https://www.sefh.es/bibliotecavirtual/fhtomo1/cap14.pdf>

UNIDEP. (2020). *LAS NORMAS: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS Y CLASIFICACIÓN.*

Uribe. (2019). *DESARROLLO SOCIAL Y BIENESTAR.*

<https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/3249/Presa.pdf?sequence=1>

Vargas. (2017). *SERVICIO AL CLIENTE. 1*, 17–19.

Villareal. (2020). *GESTION DE CALIDAD Y EL PROCESO ADMINISTRATIVO DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA INVERSIONES GRUPO PORRAS*

PERU, PICHANAQUI 2020 TESIS. In *Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote*. file:///C:/Users/HP/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual (25).pdf

YACUPOMA. (2017). La Gestión de Calidad en la Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías de Huarmey; caso: Ferretería Santa María S.A.C, año 2016. *Universidad Católica Los Angeles de CHimbote*, 112.

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3188>

ANEXO

Anexo 1: Instrumento de recolección de datos

ESTIMADO COLABORADOR:

La presente encuesta pretende recoger tu opinión sobre la Gestión de la Calidad y La Servicio al Cliente en la ferretería Inversiones Ramos Obregón EIRL. Por favor, contesta sinceramente a las siguientes preguntas y aseveraciones porque tus respuestas no tendrán un efecto ni positivo ni negativo en tu situación laboral.

Fecha: ____/____/____

Genero: Femenino () Masculino ()

Grado de estudio: Secundaria () Superior Técnica () Superior Universitaria () Post. Grado ()

Instrucciones: De acuerdo a las escalas marque con una "X" solo el número que mejor describa su experiencia en cada una de las preguntas. El significado de cada número es el siguiente.

5= Siempre 4 = Casi siempre 3 = Algunas veces 2 = Muy pocas veces 1=Nunca

ITEMS		VALORACION				
		5	4	3	2	1
VARIABLE 1 GESTION DE LA CALIDAD						
D1: PROCESOS		5	4	3	2	1
1	¿Cree usted que las actividades que ejerce la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL es satisfactoria para el cliente?					
2	¿Cree usted que las actividades en el desarrollo de ventas que ofrece la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL es beneficioso para el cliente?					
3	¿Considera usted que el proceso de trabajo de la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL es beneficioso para el cliente?					
4	¿Cree usted que la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL cuenta con un bueno proceso de gestión?					
5	¿Cree usted que la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL ejerce procesos para la mejora de su empresa?					
D2: REGLAS		5	4	3	2	1
6	¿Considera que el dueño de la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL ejerce buenas normas de gestión para la ferretería?					
7	¿Cree usted que la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL ejerce normas éticas establecidas para el personal?					
8	¿Cree usted que la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL cuenta con normas claras para la estabilidad de la EIRL?					
9	¿Cree usted que en la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL regulan las normas correctas para la gestión de la calidad?					
10	¿Considera usted que los trabajadores de la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL brinda buenas acciones de desarrollo a la empresa?					
VARIABLE 2 SERVICIO AL CLIENTE						
D3: ORGANIZACION		5	4	3	2	1
11	¿Cree usted que las metas que se plantea la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL es beneficioso para la organización?					
12	¿Considera usted que la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL pueda desarrollar metas positivas a corto y largo plazo?					
13	¿Considera usted que la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL cuenta con buenos trabajadores para alcanzar las metas propuestas?					
14	¿Considera usted que los trabajadores de la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL tienen objetivos claros y transparentes en la empresa?					
15	¿Cree usted que la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL planifican sus objetivos para brindar buenas servicios?					
D4: SATISFACCION		5	4	3	2	1
16	¿Cree usted que la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL brinde un servicio satisfactorio que cubre las necesidades a los clientes?					
17	¿Considera usted que la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL mejora sus servicios según las necesidades y expectativas del cliente?					
18	¿Se siente usted cómodo con el trato brindado de los trabajadores en la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL?					
19	¿Se siente cómodo con la calidad de materiales que ofrece la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL?					
20	¿Cree usted que la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL cuenta con una infraestructura cómoda para el cliente?					

"AÑO DEL BICENTENARIO DEL PERÚ: 200 AÑOS DE INDEPENDENCIA"



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS DE LA FACULTAD
DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS EN LA ESCUELA
PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Solicito permiso para trabajo de Proyecto de Investigación

Señor:

Juan Guillermo RAMOS OBREGÓN

Presente

De mi consideración:

Yo URRUTIA SOCUALAYA Valeria Maeva, identificada con **DNI:75906810** con domicilio **Augusto B Legula N°537 Departamento de Junín-Provincia de Satipo-Monterrico**.

Ante usted respetuosamente me presento y expongo.

Que voy cursando la carrera de Administración 7^{mo} ciclo de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, solicito a usted permiso para realizar mi Proyecto de Investigación sobre: **GESTIÓN DE LA CALIDAD Y SERVICIO AL CLIENTE CASO EMPRESA: FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGÓN" E.I.R.L. PROVINCIA DE SATIPO- JUNIN-PERÚ-2021** para optar el grado de Título de Administración.

Ruego a usted acceder a mi solicitud.

INVERSIONES RAMOS OBREGON E.I.R.L.
RUC. 20402129389

Juan Guillermo Ramos Obregon
GERENTE GENERAL

Juan Guillermo Ramos Obregón

PROCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia. La presente investigación se titula **GESTIÓN DE LA CALIDAD Y SERVICIO AL CLIENTE CASO EMPRESA: FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGÓN" E.I.R.L. PROVINCIA DE SATIPO- JUNIN-PERÚ-2021** y es dirigido por **URRUTIA SOCUALAYA Valeria Maeva**, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar de qué manera la gestión de la calidad se relaciona con el servicio al cliente EIRL "INVERSIONES RAMOS OBREGON" Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados mediante un documento al gerente general de la empresa Individual de Responsabilidad Limitada. Si desea, también podrá escribir al correo socualayavalevale2001@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

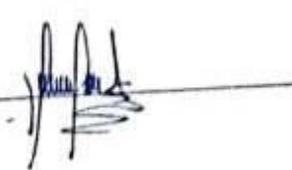
Nombre: Juan Guillermo Ramos Obregon

Fecha: 07-05-2021

Correo electrónico: Inversionesramosobregon@gmail.com

INVERSIONES RAMOS OBREGON E.I.R.L.
RUC. 20663103589

Firma del propietario: Juan Guillermo Ramos Obregon
GERENTE GENERAL

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del Informante (Experto): VENTURA HURTADO Tolomeo
- 1.2. Grado Académico: Maestría en Educación con Mención en Docencia, Currículo e Investigación
- 1.3. Institución donde labora: Universidad Peruana Los Andes
- 1.4. Cargo que desempeña: Docente en la Facultad de Administración
- 1.5. Denominación del Instrumento: Cuestionario
- 1.6. Autor del Instrumento: Urrutia Socualaya Valeria Maeva
- 1.7. Carrera: Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1

N° de Ítem		Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
		El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Procesos								
1	¿Cree usted que las actividades que ejerce la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL es satisfactoria para el cliente?	X		X		X		
2	¿Cree usted que las actividades en el desarrollo de ventas que ofrece la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL es beneficioso para el cliente?	X		X		X		
3	¿Considera usted que el proceso de trabajo de la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL es beneficioso para el cliente?	X		X		X		
4	¿Cree usted que la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL cuenta con un buen proceso de gestión?	X		X		X		
5	¿Cree usted que la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL ejerce procesos para la mejora de su empresa?	X		X		X		
Dimensión 2: Reglas								
6	¿Considera que el dueño de la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL ejerce buenas normas de gestión para la ferretería?	X		X		X		
7	¿Cree usted que la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL ejerce normas éticas establecidas para el personal?	X		X		X		
8	¿Cree usted que la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL cuenta con normas claras para la estabilidad de la EIRL?	X		X		X		
9	¿Cree usted que en la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL regulan las normas correctas para la gestión de la calidad?	X		X		X		
10	¿Considera usted que los trabajadores de la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL brinda buenas acciones de desarrollo a la empresa?	X		X		X		

Ítems correspondientes al Instrumento 2

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Organización							
1	¿Cree usted que las metas que se plantea la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL es beneficioso para la organización?	X		X		X	
2	¿Considera usted que la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL pueda desarrollar metas positivas a corto y largo plazo??	X		X		X	
3	¿Considera usted que la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL cuenta con buenos trabajadores para alcanzar las metas propuestas?	X		X		X	
4	¿Considera usted que los trabajadores de la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL tengan objetivos claros y transparentes en la empresa?	X		X		X	
5	¿Cree usted que la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL planifican sus objetivos para brindar buenas servicios?	X		X		X	
Dimensión 2: Satisfacción							
6	¿Cree usted que la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL brinde un servicio satisfactorio que cubre las necesidades a los clientes?	X		X		X	
7	¿Considera usted que la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL mejora sus servicios según las necesidades y expectativas del cliente?	X		X		X	
8	¿Se siente usted cómodo con el trato brindado de los trabajadores en la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL?	X		X		X	
9	¿Se siente cómodo con la calidad de materiales que ofrece la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL?	X		X		X	
10	¿Cree usted que la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL cuenta con una infraestructura cómoda para el cliente?	X		X		X	

Otras observaciones generales:



 Lic. Adm. Ventura Hurtado
 CIAD 4178
 ING. MAGISTER EN INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS Y TECNOLÓGICAS
 EN QUÍMICA Y FARMACIA

VENTURA HURTADO TOLOMEO

DNI N° 21010311

Nota: se adjunta el proyecto de investigación

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Araujo Araujo Judith Irene
- 1.2. Grado Académico: Maestría en Educación con Mención en Docencia, Currículo e Investigación
- 1.3. Institución donde labora: Universidad Nacional de Trujillo
- 1.4. Cargo que desempeña: Docente Asistente III – Sede Huamachuco
- 1.5. Denominación del instrumento: Cuestionario
- 1.6. Autor del instrumento: Urrutia Socualaya Valeria Maeva
- 1.7. Carrera: Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1

N° de Ítem		Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
		El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Procesos								
1	¿Cree usted que las actividades que ejerce la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL es satisfactoria para el cliente?	X		X		X		
2	¿Cree usted que las actividades en el desarrollo de ventas que ofrece la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL es beneficioso para el cliente?	X		X		X		
3	¿Considera usted que el proceso de trabajo de la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL es beneficioso para el cliente?	X		X		X		
4	¿Cree usted que la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL cuenta con un buen proceso de gestión?	X		X		X		
5	¿Cree usted que la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL ejerce procesos para la mejora de su empresa?	X		X		X		
Dimensión 2: Reglas								
6	¿Considera que el dueño de la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL ejerce buenas normas de gestión para la ferretería?	X		X		X		
7	¿Cree usted que la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL ejerce normas éticas establecidas para el personal?	X		X		X		
8	¿Cree usted que la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL cuenta con normas claras para la estabilidad de la EIRL?	X		X		X		
9	¿Cree usted que en la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL regulan las normas correctas para la gestión de la calidad?	X		X		X		
10	¿Considera usted que los trabajadores de la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL brinda buenas acciones de desarrollo a la empresa?	X		X		X		

Ítems correspondientes al Instrumento 2

N° de ítem		Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
		El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Organización								
1	¿Cree usted que las metas que se plantea la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL es beneficioso para la organización?	X		X		X		
2	¿Considera usted que la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL pueda desarrollar metas positivas a corto y largo plazo??	X		X		X		
3	¿Considera usted que la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL cuenta con buenos trabajadores para alcanzar las metas propuestas?	X		X		X		
4	¿Considera usted que los trabajadores de la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL tienen objetivos claros y transparentes en la empresa?	X		X		X		
5	¿Cree usted que la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL planifican sus objetivos para brindar buenas servicios?	X		X		X		
Dimensión 2: Satisfacción								
6	¿Cree usted que la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL brinde un servicio satisfactorio que cubre las necesidades a los clientes?	X		X		X		
7	¿Considera usted que la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL mejora sus servicios según las necesidades y expectativas del cliente?	X		X		X		
8	¿Se siente usted cómodo con el trato brindado de los trabajadores en la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL?	X		X		X		
9	¿Se siente cómodo con la calidad de materiales que ofrece la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL?	X		X		X		
10	¿Cree usted que la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL cuenta con una infraestructura cómoda para el cliente?	X		X		X		

Otras observaciones generales:


 CORLA# 080045
 ARAUJO ARAUJO JUDITH IRENE
 DNI N° 40496256

Nota: se adjunta el proyecto de investigación

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

III. DATOS GENERALES:

- 1.8. Apellidos y nombres del Informante (Experto): BENITO GONZALES Nerio Fidel
- 1.9. Grado Académico: Maestría en Educación con Mención en Docencia, Currículo e Investigación
- 1.10. Institución donde labora: Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central
Juan Santos Atahualpa
- 1.11. Cargo que desempeña: Docente en la Facultad de Administración de Negocios Internacionales
- 1.12. Denominación del instrumento: Cuestionario
- 1.13. Autor del instrumento: Urrutia Socualaya Valeria Maeva
- 1.14. Carrera: Administración

IV. VALIDACIÓN:

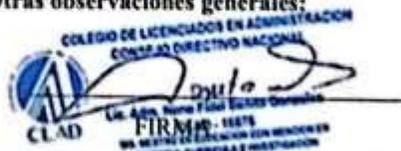
Ítems correspondientes al Instrumento 1

N° de Ítem		Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
		El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Procesos								
1	¿Cree usted que las actividades que ejerce la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL es satisfactoria para el cliente?	X		X		X		
2	¿Cree usted que las actividades en el desarrollo de ventas que ofrece la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL es beneficioso para el cliente?	X		X		X		
3	¿Considera usted que el proceso de trabajo de la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL es beneficioso para el cliente?	X		X		X		
4	¿Cree usted que la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL cuenta con un buen proceso de gestión?	X		X		X		
5	¿Cree usted que la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL ejerce procesos para la mejora de su empresa?	X		X		X		
Dimensión 2: Reglas								
6	¿Considera que el dueño de la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL ejerce buenas normas de gestión para la ferretería?	X		X		X		
7	¿Cree usted que la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL ejerce normas éticas establecidas para el personal?	X		X		X		
8	¿Cree usted que la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL cuenta con normas claras para la estabilidad de la EIRL?	X		X		X		
9	¿Cree usted que en la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL regulan las normas correctas para la gestión de la calidad?	X		X		X		
10	¿Considera usted que los trabajadores de la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL brinda buenas acciones de desarrollo a la empresa?	X		X		X		

Ítems correspondientes al Instrumento 2

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones	
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas			
	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
Dimensión 1: Organización								
1	¿Cree usted que las metas que se plantea la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL es beneficioso para la organización?		X		X		X	
2	¿Considera usted que la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL pueda desarrollar metas positivas a corto y largo plazo??		X		X		X	
3	¿Considera usted que la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL cuenta con buenos trabajadores para alcanzar las metas propuestas?		X		X		X	
4	¿Considera usted que los trabajadores de la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL tengan objetivos claros y transparentes en la empresa?		X		X		X	
5	¿Cree usted que la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL planifican sus objetivos para brindar buenas servicios?		X		X		X	
Dimensión 2: Satisfacción								
6	¿Cree usted que la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL brinde un servicio satisfactorio que cubre las necesidades a los clientes?		X		X		X	
7	¿Considera usted que la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL mejora sus servicios según las necesidades y expectativas del cliente?		X		X		X	
8	¿Se siente usted cómodo con el trato brindado de los trabajadores en la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL?		X		X		X	
9	¿Se siente cómodo con la calidad de materiales que ofrece la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL?		X		X		X	
10	¿Cree usted que la FERRETERÍA "INVERSIONES RAMOS OBREGON" EIRL cuenta con una infraestructura cómoda para el cliente?		X		X		X	

Otras observaciones generales:



COLEGIO DE LICENCIADOS EN ADMINISTRACION
CONSEJO DIRECTIVO NACIONAL
CLAD
FIRMA - 18878
BO. MONTAÑA DE LA CORDILLERA DE LOS ANDES
SECRETARIA JURIDICA E INVESTIGACION

BENITO GONZALES NERIO FIDEL

DNI N° 20669577

Nota: se adjunta el proyecto de investigación

Anexo 5: Base de datos de Excel

Items	V:01 GESTIÓN DE LA CALIDAD										V:02 SERVICIO AL CLIENTE									
	Proceso					Reglas					Organización					Satisfacción				
	PREGUNTAS DEL CUESTIONARIO																			
	Pta 01	Pta 02	Pta 03	Pta 04	Pta 05	Pta 06	Pta 07	Pta 08	Pta 09	Pta 10	Pta 11	Pta 12	Pta 13	Pta 14	Pta 15	Pta 16	Pta 17	Pta 18	Pta 19	Pta 20
Sujetos																				
1	4	5	3	4	4	3	2	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	
2	4	3	4	3	4	5	3	4	3	5	2	4	3	5	2	3	3	5	3	
3	4	3	4	4	3	4	3	5	3	5	3	4	3	5	2	4	4	3	5	
4	5	3	3	4	3	4	2	5	3	4	2	5	2	4	4	3	4	3	4	
5	5	3	4	4	3	4	3	5	4	2	4	4	4	2	5	2	4	3	4	
6	4	3	5	2	4	3	5	2	4	3	4	5	2	4	3	4	2	4	3	
7	3	4	2	4	5	3	3	4	5	3	4	3	4	3	4	4	3	5	3	
8	3	4	5	2	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	5	2	4	3	4	
9	3	4	2	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4	4	2	3	3	4	5	
10	4	2	4	4	4	2	3	4	2	4	2	3	3	4	2	4	2	5	3	
11	4	5	3	4	3	2	4	5	3	5	2	4	3	5	3	5	3	5	2	
12	3	4	3	4	2	5	3	4	2	5	2	5	3	5	3	3	5	3	2	
13	3	4	3	4	3	4	4	3	4	5	2	4	3	4	3	4	4	2	3	
14	3	3	4	5	2	5	3	3	5	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	
15	5	3	4	4	3	4	2	3	5	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	
16	4	4	3	3	4	3	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	
17	3	4	3	4	2	5	3	3	5	2	5	3	4	3	4	4	2	4	3	
18	4	3	4	3	4	2	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4	4	3	
19	4	3	4	2	3	5	2	4	2	4	3	2	4	3	5	2	3	4	4	
20	4	2	4	3	4	4	4	3	4	2	4	3	4	4	2	5	2	3	4	
21	4	4	4	2	3	5	2	3	5	4	2	4	3	3	4	2	3	4	3	
22	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4	3	4	2	4	3	4	3	
23	3	4	2	4	3	4	3	4	3	5	3	4	3	2	4	2	4	3	4	
24	4	3	4	3	4	2	4	2	3	4	2	4	3	2	4	3	3	4	2	
25	3	4	2	3	3	3	3	2	3	2	4	3	3	3	4	3	4	4	3	
26	4	3	4	3	2	3	3	4	2	4	3	4	3	4	2	4	3	4	3	
27	3	3	3	3	4	2	4	2	4	2	4	2	4	3	4	2	4	3	4	
28	2	3	4	3	3	4	3	4	3	4	2	5	2	3	5	3	3	4	5	
29	3	3	3	4	5	2	3	3	4	3	2	3	3	4	2	4	4	3	3	
30	4	3	4	5	2	3	4	4	2	3	3	3	4	3	4	2	4	3	4	
31	3	3	4	2	4	4	3	5	2	4	2	3	4	2	4	3	4	3	4	
32	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4	3	3	4	2	

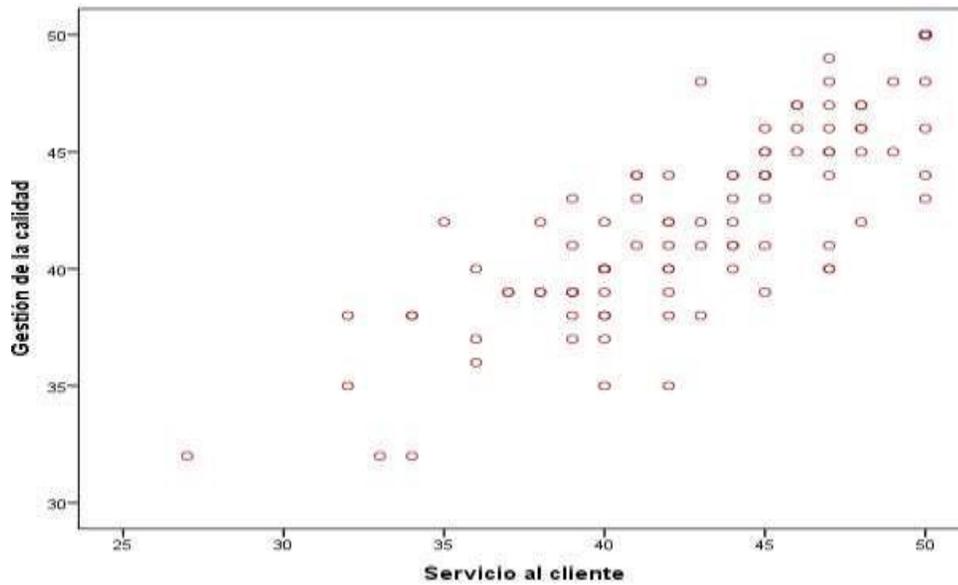
33	4	3	5	2	4	2	4	3	4	3	4	3	4	3	5	3	4	3	4	3
34	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
35	3	3	2	4	5	2	4	3	3	4	2	4	3	2	5	3	4	4	4	3
36	2	4	3	4	3	4	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	5
37	3	3	4	3	4	2	3	4	2	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4
38	3	3	4	2	5	3	4	3	3	2	5	2	4	3	4	5	2	3	5	2
39	2	3	4	3	4	3	3	4	2	3	3	4	3	4	2	5	2	5	4	5
40	2	4	2	3	3	4	2	3	3	4	2	3	3	4	2	3	4	3	5	2
41	3	4	5	2	3	2	4	3	5	2	3	2	5	3	5	2	3	2	3	5
42	2	3	3	5	2	4	2	4	2	4	2	4	3	4	2	4	2	4	2	4
43	2	4	2	4	2	5	4	5	3	5	3	4	4	5	2	5	3	4	2	5
44	2	3	4	3	4	2	4	3	5	3	4	4	2	4	3	4	3	5	2	4
45	5	3	3	4	2	4	2	3	4	2	4	3	4	3	3	2	4	2	3	3
46	3	4	3	3	4	2	4	2	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	5
47	4	3	4	3	4	3	4	2	4	3	4	2	4	2	4	3	4	3	4	3
48	3	2	3	4	2	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3
49	3	4	2	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4
50	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	3	2	4	4	2	5	3	4	4
51	3	3	4	2	3	5	3	5	2	4	5	2	3	4	4	4	5	2	4	3
52	3	3	2	3	4	3	3	3	5	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3
53	3	3	2	4	2	4	2	4	2	3	3	5	2	3	4	3	3	3	4	3
54	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5
55	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
57	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5
58	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
59	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
60	4	4	4	5	4	3	4	3	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
61	4	4	5	5	5	3	3	4	5	5	4	4	3	4	4	5	4	5	5	4
62	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	3
63	3	4	3	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	3	3	4	4	5
64	3	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5
65	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4
66	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5
67	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5
68	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2
70	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	3	5	3	5	3	5	3	4	4
71	4	4	5	5	4	5	5	4	5	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4

72	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	3	5	4	4	3	3	5	3	4	5
73	4	4	5	4	5	3	5	4	4	3	3	4	5	5	5	5	4	4	3	3	
74	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	5	4	4	5	5	
75	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	5	5	
77	4	3	4	2	4	3	4	2	4	3	4	3	4	2	4	2	5	3	2	3	
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	3	4	5	5	4	4	
79	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	3	3	3	4	2	5	4	2	5	2	
80	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	
81	4	3	3	4	2	5	3	4	2	3	4	2	4	4	2	4	2	4	3	5	
82	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
83	4	2	3	3	4	5	2	4	3	4	4	2	4	2	5	3	2	5	2	4	
84	4	3	5	3	4	3	4	2	4	3	4	3	5	2	4	2	3	4	3	5	
85	4	2	4	3	4	3	5	3	5	3	4	3	4	2	5	2	5	3	4	2	
86	3	5	2	3	3	4	2	5	3	5	3	4	3	5	2	4	2	4	4	3	
87	4	2	4	3	5	3	4	2	4	4	2	5	3	4	2	4	2	4	3	4	
88	3	5	2	4	3	4	2	5	2	4	3	4	2	4	4	3	4	5	4	2	
89	4	3	4	3	5	3	4	3	5	3	4	3	4	3	5	3	3	5	2	4	
90	4	3	5	3	2	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	5	
91	4	4	3	4	3	2	4	4	2	4	2	4	3	5	3	4	4	3	4	2	
92	4	3	4	3	4	2	4	3	4	2	5	3	5	3	5	2	4	3	3	5	
93	4	5	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	
94	4	4	4	2	4	5	2	4	2	5	3	4	4	5	2	4	2	4	5	2	
95	3	5	2	3	4	2	3	5	3	4	5	2	3	5	2	3	4	3	4	2	
96	4	2	4	2	4	3	4	2	3	3	4	2	5	3	4	2	5	3	5	2	
97	3	4	3	4	2	5	2	3	3	4	2	3	4	2	4	3	5	4	5	3	
98	4	2	3	4	2	3	4	2	3	4	2	4	3	3	3	5	2	3	4	4	
99	3	3	5	3	3	5	3	4	3	4	4	2	4	5	3	3	5	2	3	4	
100	3	2	4	3	4	3	4	2	5	2	3	4	4	2	3	5	3	4	3	4	
101	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	
102	4	2	4	2	3	4	2	2	4	3	4	2	4	3	5	2	4	3	4	5	
103	3	4	2	3	4	3	3	4	2	4	3	5	2	4	4	3	5	4	4	5	
104	2	4	2	4	3	4	4	2	3	4	3	3	5	4	2	3	4	4	5	2	
105	4	2	3	5	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4	4	
106	4	4	2	3	3	4	3	2	5	4	5	2	3	4	4	3	4	3	3	4	
107	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	
108	4	2	4	3	4	3	4	2	4	5	3	3	5	2	4	4	3	4	3	5	
109	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	
110	3	5	2	3	4	3	3	5	2	3	4	3	4	2	3	5	2	4	3	4	

111	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4
112	3	4	2	4	3	4	3	4	3	4	3	5	3	4	3	4	3	4	3	5
113	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
114	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	3	3	3	4	4	5
115	4	3	4	2	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	5
116	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
117	4	4	2	4	3	5	4	3	5	3	2	3	4	3	3	5	5	2	3	4
118	4	5	4	5	4	5	4	4	3	5	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4
119	3	3	2	3	3	2	3	4	3	2	2	3	3	4	3	2	4	3	3	3
120	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4
121	3	5	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4
122	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5

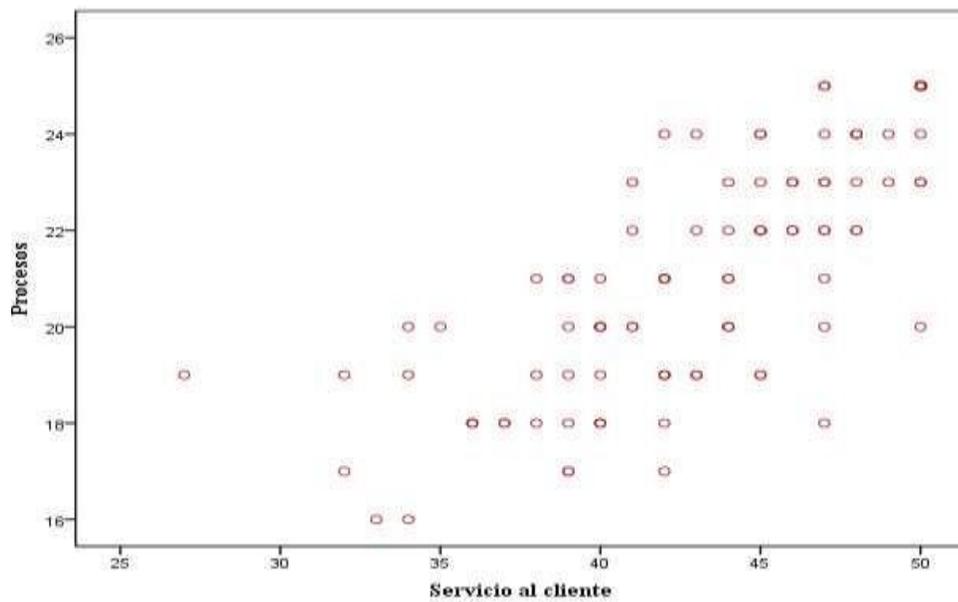
Anexo 6

Figura 1:(Gestión de la Calidad – Servicio al Cliente) “SPSS”



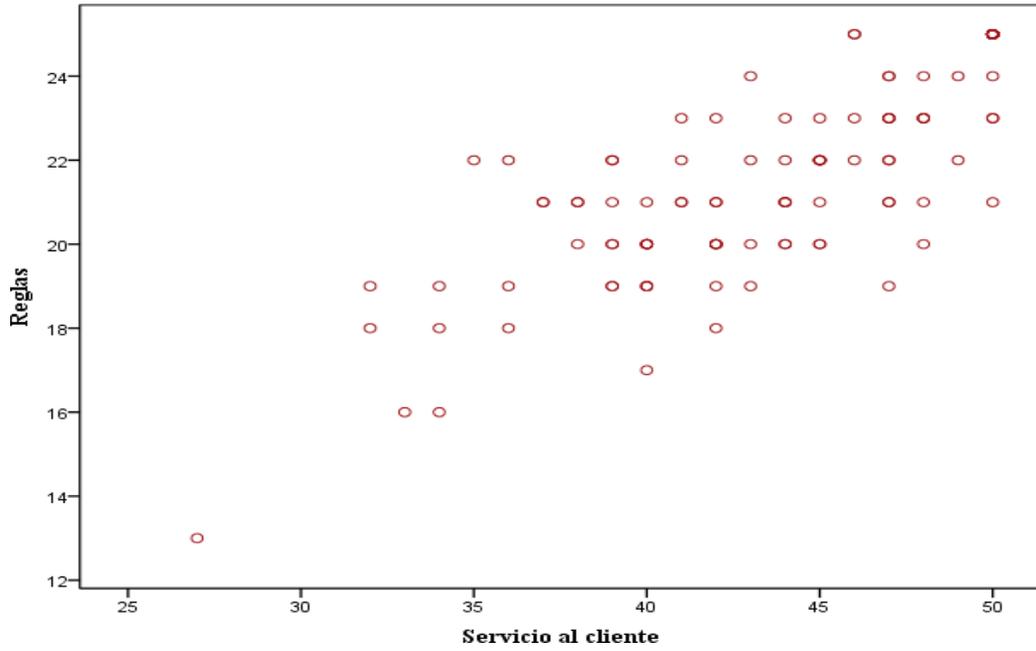
Fuente: SPSS v. 25 Dispersión entre la Gestión de la Calidad y Servicio al Cliente.

Figura 2:(Proceso – Servicio al Cliente) “SPSS”



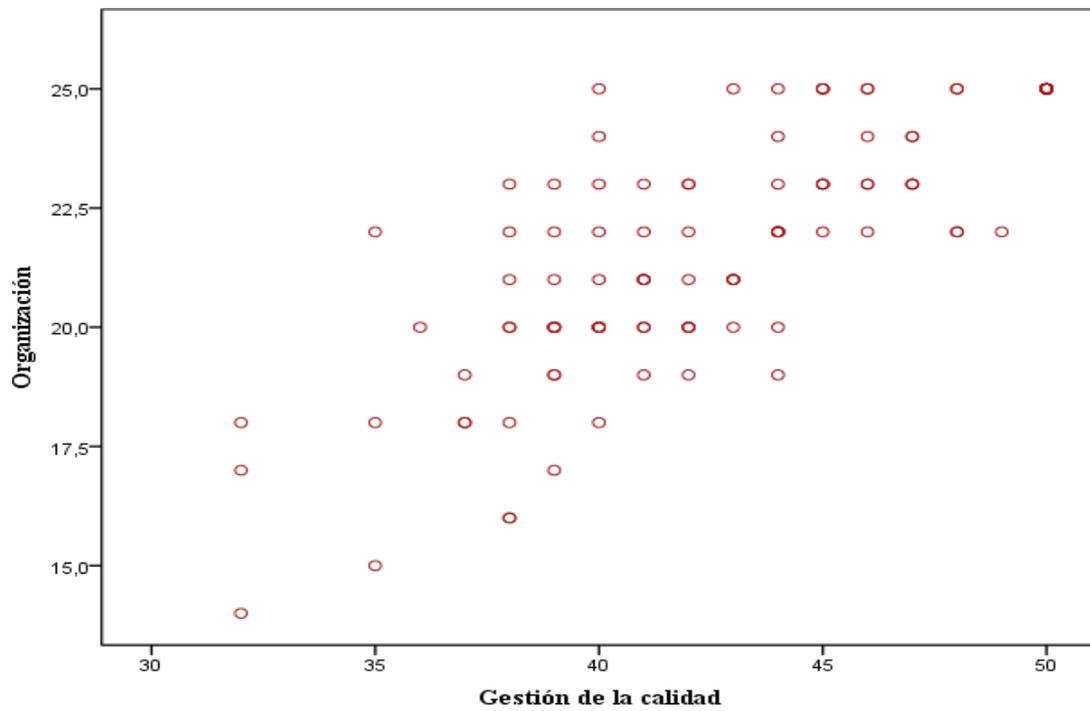
Fuente: SPSS v. 25 Dispersión entre el Proceso y Servicio al Cliente.

Figura 3:(Reglas – Servicio al Cliente) “SPSS”



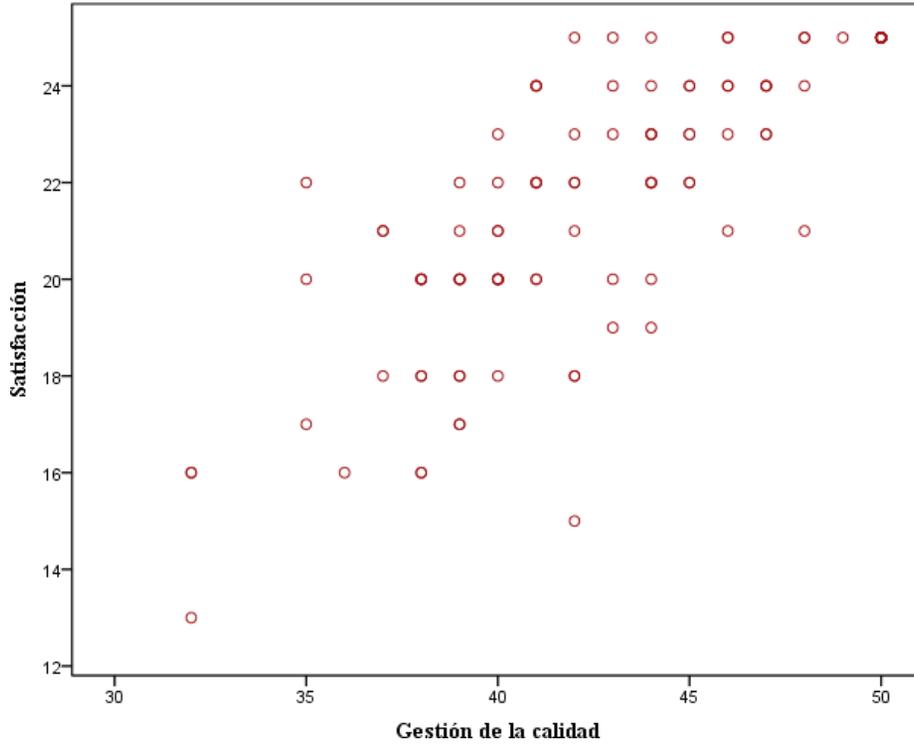
Fuente: Dispersión entre el Reglas y Servicio al Cliente.

Figura 4:(Organización – Gestión de la Calidad) “SPSS”



Fuente: Dispersión entre el Organización y Gestión de la Calidad.

Figura 5:(Satisfacción– Gestión de la Calidad) “SPSS”



Fuente:Dispersión entre la Satisfacción y Gestión de la Calidad.

TC-867-VURRUTIAS-PREBANCA-TURNITIN-2022-03

INFORME DE ORIGINALIDAD

0%

INDICE DE SIMILITUD

0%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo